

15. Vozniak H. V., 2015. Perevahy ta ryzyky biudzhethnoi detsentralizatsii: teoretyko-metodolohichni aspekty [Advantages and risks of budgetary decentralization : theory methodological aspects]. *Problemy ekonomiky*. no 2. pp. 253-257.
16. Lyutyi I., Pidchosa L. and Pidchosa O., 2019. Decentralization Of Inter-Budget Relations : Theory, Practice, And International Experience. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 5, No 4. pp. 182-196. doi: 0.30525/2256-0742/2019-5-4-182-196
17. Kosikowski C., Ruskowski E., 2006. *Finanse publiczne i prawo finansowe*: pom. nauk. 2 wyd. Warszawa: Wolters Kluwer.
18. Bezverkhiuk T. M., 2009. *System of the resource providing of regional management : conceptual principles of development and mechanisms functioning*. Abstract of Ec. D. dissertation. Zaporizhzhia, 2009.
19. V. P. Vyshnevskiy and othersed., 2016. *Reformuvannya systemy mistsevykh finansiv na zasadakh fiskalnoi detsentralizatsii: teoriia, yevropeiskyi dosvid ta vitchyzniana praktyka* [Reformation of the system of local finances on principles fiscal decentralization : theory, European experience and home practice]. Kramatorsk: TOV "Kramatorska typohrafiia".
20. Maslov A. O., Hladkovska A. T., 2019. Sutnist, typy, formy, mozhlyvosti i zahrozy detsentralizatsii [Essence, types, forms, possibilities and threats of decentralization. Effective economy]. *Efektivna ekonomika*, [online] no. 2. Available at: <economy.nayka.com.ua/?n=2&y=2019>.
21. Dolzhenko I. I., 2014. Rozvytok biudzhethnoi detsentralizatsii v Ukraini [Development of budgetary decentralization is in Ukraine]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. Ekonomika, ahraryi menedzhment, biznes*, issue. 200(3). pp. 188-195.
22. Ruskowski E., Salachna J., 2007. *Finanse lokalne po akcesji*. 2 wyd. Warszawa: Wolters Kluwer. 41 p.
23. Forcun I. V., Futurnyi P. V. 2016. Financially-budgetary decentralization is the European choice of Ukraine. Innovative decisions are in modern science. № 8. URL: <http://naukajournal.org/index.php/ISMSD/article/view/987>.
24. Shpak Y. V. 2017. A role of process of decentralization is in strengthening of the financial providing of steady economic development of the incorporated territorial communities. State administration: improvement and development. № 11. URL: <http://dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1160>.
25. Budgetary code of Ukraine: Law of Ukraine from 08.07.2010 p. № 2456-VI. Lists of Verkhovna Rada of Ukraine, 2010. № 50-51. C. 572.
26. About making alteration in the Budgetary code of Ukraine: Law of Ukraine from 15.04.2014 p. № 1210-VII. Lists of Verkhovna Rada of Ukraine, 2014. № 26. C. 893.
27. About making alteration in the Budgetary code of Ukraine in relation to reform of interbudgetary relations : Law of Ukraine from 28.12.2014 p. № 79-VIII. Lists of Verkhovna Rada of Ukraine, 2015. № 12. C. 76.
28. Implementation State, Erected and local budgets. Accounting of Government treasury service of Ukraine. URL: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list?currDir=146477>.
29. Gross domestic product: Government service statistics of Ukraine. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/vvp/vvp_kv/vvp_kv_u/vvpf_kv2019u.htmf

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2020; 4(211): 47-53

УДК 368

JEL classification: G22

DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2020/211-4/4>

Н. Приказюк, д-р екон. наук, доц.

ORCID ID 0000-0002-7813-8590,

А. Ткаченко, асп.

ORCID ID 000-0003-4471-5238

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ КОМПАНІЙ ЗІ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ

Запропоновано методичний підхід до оцінки конкурентоздатності компаній зі страхування життя, в основу якого покладено комбінування методів ранжування та радара. Виявлено найбільш конкурентоздатні компанії зі страхування життя, що існують на сьогодні в Україні. Окреслено напрями вдосконалення традиційних стратегій розвитку компаній зі страхування життя, що дасть змогу посилити їхні конкурентні позиції на ринку.

Ключові слова: компанії зі страхування життя, конкурентоздатність, метод радара, накопичувальне страхування життя, стратегії розвитку страховиків.

ВСТУП

Актуальність проблематики. Конкурентоздатність характеризує будь-якого господарюючого суб'єкта щодо його спроможності до конкурентної боротьби, що є одним із факторів зростання окремої економічної галузі. Таким чином, конкурентоздатність компаній зі страхування життя, у кінцевому підсумку, визначає їхню спроможність функціонувати за певних наявних на ринку умов. Конкурентоздатність вітчизняних компаній зі страхування життя пов'язана з наявністю значного переліку факторів, які на неї впливають. Ураховуючи те, що вітчизняна фінансова система перебуває у стані перманентного повторення кризових явищ, це потребує розробки якнайширшого інструментарю до оцінки загального становища та фінансової стійкості страховиків, а це, відповідно, дозволить визначити сучасний стан розвитку всієї системи накопичувального страхування життя в Україні.

Постановка проблеми. Необхідність оцінки конкурентоздатності вітчизняних компаній зі страхування життя на сьогодні обумовлена потребою в комплексному розумінні результативності їхньої діяльності. Також вона до-

зволяє здійснювати діагностику процесів, що відбуваються в накопичувальному страхуванні життя в Україні, з метою виявлення чинників, які стимулюють або, навпаки, пригнічують його розвиток. Таким чином, об'єкти інтегральних показників конкурентоздатності найбільших компаній зі страхування життя, дозволяє створити комплексне уявлення про поточний стан їхнього розвитку, що відповідно виступає фундаментом аналізу процесів на рівні всього страхового ринку.

З іншого боку, необхідність оцінки конкурентоздатності страховиків пов'язана із зацікавленістю з боку основних споживачів послуг накопичувального страхування життя – домогосподарств. Значний інтерес такі розрахунки викликають і у суб'єктів господарювання, інвесторів та інших учасників фінансового ринку, що зумовлено потребою в отриманні порівняльних даних при інвестуванні в певну компанію зі страхування життя. Для самих страховиків, оцінка конкурентоздатності дозволяє визначити їхнє місце на страховому ринку, кінцевою метою чого є встановлення стратегічних орієнтирів розвитку таких фінансових посередників. Вищезазначене підтверджує необхідність та своєчасність цього дослідження.

Невирішені раніше частини загальної проблеми.

Протягом останнього десятиріччя Україна перебуває у стані постійного повторення кризових явищ. Пандемія Covid 19, яка охопила весь світ, вже втретє за останні роки ставить Україну в умови погіршення економічної ситуації, що може вплинути і на фінансових посередників. Зауважимо, що нові виклики матимуть значний пролонгований ефект, адже вони пов'язані із суттєвим зменшенням платоспроможного попиту домогосподарств. Можна констатувати, що внаслідок негативних макроекономічних процесів може спостерігатись зниження платоспроможного попиту, а отже, конкурентна боротьба за фінансові ресурси на ринку накопичувального страхування життя лише посилюватиметься.

Оцінка конкурентоздатності компаній зі страхування життя може суттєво впливати на розуміння їхнього місця на ринку, а також дозволяє виявляти недоліки у власній діяльності шляхом порівняння. Таким чином, метою статті є оцінка конкурентоздатності вітчизняних компаній зі страхування життя й обґрунтування підходів до покращення їхніх конкурентних позицій на ринку в майбутніх періодах, у тому числі, за умов посилення кризових явищ. Для цього запропоновано вирішити такі завдання:

- сформулювати методичний інструментарій оцінки конкурентоздатності компаній зі страхування життя;
- провести оцінку конкурентоздатності компаній зі страхування життя в Україні на основі їхнього ранжування та побудови радару;
- запропонувати заходи щодо підвищення конкурентоздатності компаній зі страхування життя за умов посилення кризових явищ у вітчизняній економіці.

Об'єктом дослідження є процес формування та визначення конкурентоздатності компаній зі страхування життя.

Предметом дослідження є методичний підхід і практика оцінки конкурентоздатності компаній зі страхування життя в Україні.

ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ. Проблематика конкурентоздатності страхових компаній в Україні розглядається окремими вченими-економістами, які використовують різноманітні підходи до її оцінки. Досить ґрунтовними є розробки у сфері оцінки конкурентоздатності страхових компаній, які запропонувала О. В. Козьменко [1]. Методика автора базується на байєсівському аналізі, що дозволило здійснити розрахунок комплексного показника рейтингової оцінки, а також виявити ймовірність виконання страховиками взятих на себе зобов'язань у майбутньому. Попри ґрунтовність наведеної методики, на нашу думку, враховуючи вкрай мінливу ситуацію в економіці, яка спостерігається в Україні в останні роки, її використання в аспекті прогнозування майбутнього розвитку страховиків може бути складним, що пов'язано з великою кількістю форс-мажорних факторів різного характеру.

Іншу методику визначення конкурентоздатності страхових компаній використовує В. М. Олійник, пропонуючи здійснювати рейтингування страхових компаній через динамічну модель, у якій застосовуються зведені показники діяльності страховиків [2]. На думку вченого, такий підхід забезпечує можливість зіставлення даних різних страхових компаній, що дозволяє будь-якому користувачу порівнювати їхні показники. Ще однією модифікованою формою попередньо наведеного коефіцієнтного підходу можна вважати авторський науково-методичний підхід, запропонований В. П. Левченко, який базується на шестиетапному оцінюванні показників діяльності страхових компаній [3].

Два наведені підходи загалом можна вважати традиційними й найпоширенішими у вітчизняній практиці, адже саме обрахунок фінансових показників діяльності компаній зі страхування життя найчастіше використовується для визначення різного роду рейтингів та моделей у страхуванні. Попри те, що загалом такі підходи досить ґрунтовні, здебільшого можливості використання запропонованих методик на практиці обмежені, як і прогнозування на їхній основі. Це пов'язано з надвеликим переліком показників, що використовуються в них, при цьому обсяги відкритої статистичної інформації щодо діяльності окремих страхових компаній в Україні обмежені, що ставить під сумнів можливості повноцінної оцінки їхньої конкурентоздатності на основі таких моделей.

Досить ґрунтовною можна вважати працю Л. В. Шірінян, у якій не лише комплексно та різнобічно розглядаються питання конкурентоздатності страхового ринку, але й визначаються показники ефективності його діяльності [4]. Звертає на себе увагу також системний підхід Н. В. Ткаченка, який пропонує не лише методологічні підходи до оцінки фінансової стійкості страхових компаній, але й механізми її забезпечення [5]. Роботи наведених науковців мають значний вплив не лише на формування розуміння щодо визначення фінансової стійкості окремих страховиків, але й на ці процеси в межах страхового ринку загалом.

Звужуючи предмет дослідження до рівня компаній зі страхування життя, заслуговує на увагу підхід, який пропонують Н. М. Білоус та А. В. Пелешанко. Автори з метою оцінки конкурентоздатності вітчизняних компаній зі страхування використовують тести раннього попередження [6]. Відповідні розрахунки здійснювались на прикладі лише трьох вітчизняних компаній зі страхування життя – "PZU Україна Страхування життя", "Страхова Група ТАС– страхування життя" та ПАТ СК "Блакитний поліс", причому відбір саме цих страховиків для аналізу не обґрунтований. Попри те, що загалом наведений підхід відповідає як світовій практиці, так і вітчизняним нормативно-правовим актам у сфері аналізу діяльності страховиків, викликає значні сумніви можливість здійснення масштабного оцінювання на його основі. Це пов'язано з тим, що такий підхід подібно до попередньо наведених передбачає використання великого масиву даних щодо результатів діяльності вітчизняних страховиків.

Виходячи із зазначеного, можна констатувати, що при наявності із напрацювань у сфері оцінки конкурентоздатності вітчизняних страхових компаній, деякі аспекти цієї проблематики все ще залишаються недостатньо дослідженими. Зокрема, потребує подальшого вивчення використання різноманітних методів оцінки конкурентоздатності компаній зі страхування життя, які не потребуватимуть використання надвеликих масивів статистичних даних, а базуватимуться на основних показниках їхнього функціонування, що дасть змогу оцінювати діяльність таких фінансових посередників більш оперативно, при цьому, зробивши цей процес доступнішим для потенційних страхувальників. Також суттєвого переосмислення потребує розуміння змісту стратегій і підходів, здатних вплинути на конкурентоздатність окремих страховиків, що надзвичайно важливо в умовах скорочення платоспроможного попиту потенційних страхувальників, зокрема при посиленні негативних явищ в економіці та фінансовій сфері.

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ. Підґрунтям запропонованого нами методичного підходу є теоретичне розмежування понять "конкурентоздатність" та "фінансова

стійкість" компаній зі страхування життя. У контексті дослідження, ми визначаємо "конкурентоздатність" компанії зі страхування життя, як їхню здатність досягати вищих конкурентних позицій на відповідному ринку порівняно з іншими суб'єктами, що функціонують на ньому. Водночас конкурентоздатність напряму пов'язана й обумовлюється фінансовою стійкістю компаній зі страхування життя, адже, як слушно зазначають Н. В. Ткаченко [5] та Л. В. Шірінян [4], це поняття вказує на здатність страховиків адаптуватись до постійних змін, які відбуваються в економічному середовищі. Такими чином, без фінансової стійкості неможливе забезпечення конкурентоздатності та посилення позицій певної компанії зі страхування життя на ринку порівняно з іншими.

Оцінка конкурентоздатності окремих компаній зі страхування життя здійснювалась шляхом комбінування підходів до їх ранжування та використання методу радара. Вибір саме цих методів був обумовлений їх наочністю, а також можливістю самостійного визначення кількості індикаторів за якими буде здійснюватись розрахунок інтегрального показника конкурентоздатності окремого страховика.

На нашу думку, оцінка конкурентоздатності компаній зі страхування життя передбачає такі етапи:

1) вибір сукупності показників, які найбільш чітко характеризують фінансову стійкість компаній зі страхування життя;

2) проведення нормування, що передбачає розрахунок за такою формулою:

$$K_n = K_i / K_e, \quad (1)$$

де K_n – нормований коефіцієнт i -ї компанії зі страхування життя; K_i – значення коефіцієнта i -ї компанії зі страхування життя; K_e – значення відповідного коефіцієнта еталонної компанії зі страхування життя;

3) розрахунок площі радара еталонної компанії зі страхування життя за наступною формулою [7]:

$$S_e = \frac{R^2 \cdot n}{2} \cdot \sin(360/n); \quad (2)$$

де S_e – значення площі радара компанії зі страхування життя, яку обрано як еталон для інших; R – радіус, що відповідає колу радара; n – кількість показників за якими здійснюється рейтингування;

4) розрахунок площі радара i -ї компанії зі страхування життя за такою формулою [8]:

$$S_i = \frac{K_1 \cdot K_2 + K_2 \cdot K_3 + \dots + K_n \cdot K_1}{2} \cdot \sin(360/n), \quad (3)$$

де $K_1, K_2 \dots K_n$ – значення обраних для оцінки коефіцієнтів i -ї компанії зі страхування життя.

5) на цьому етапі обчислюється інтегральний показник окремої компанії зі страхування життя

$$I_i = \frac{S_i}{S_e}, \quad (4)$$

де I_i – інтегральний показник i -ї компанії зі страхування життя; S_i – значення площі радара i -ї компанії зі страхування життя;

6) на основі обчислених інтегральних показників, здійснення рейтингування компаній зі страхування життя (встановлення рангу). Ураховуючи те, що загалом проаналізовано нами 11 найбільших компаній зі страхування життя, відповідно, рейтингування передбачало їхній розкид у межах від 1 до 11-ти (еталонне значення було прийнято за 0);

7) на основі отриманих показників, побудова радарів конкурентоздатності окремих компаній зі страхування життя у 2019 р., що передбачає графічне представлення даних.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ. З метою визначення конкурентоздатності провідних вітчизняних компаній зі страхування життя ми запропонували використовувати індикатори, які найбільше характеризують їхню діяльність: страхові резерви, активи, премії, виплати, власний капітал та кількість застрахованих. У розрахунках представлена статистична інформація по 11 найбільших компаніях зі страхування життя, що функціонували в Україні станом на кінець 2019 р. Аналіз саме такої кількості страховиків зумовлений обмеженістю статистичних даних щодо діяльності компаній зі страхування життя, що пов'язано з конфіденційністю такої інформації. Проте зауважимо, що відкриті дані публікуються найбільш потужними за всіма показниками компаніями зі страхування життя, тоді як менш розвинені таку інформацію взагалі не надають або надають в обмеженому вигляді. Це можна вважати додатковим фактором конкурентної боротьби, адже відкритість даних у цьому випадку є додатковою перевагою, що безперечно надає таким страховикам більші можливості по залученню страхових внесків у майбутньому. Проаналізувавши показники, наведені в табл. 1, можна виокремити компанії зі страхування життя, які мають найбільші значення з-поміж інших (еталонні).

Таблиця 1. Еталонні значення основних показників розвитку компаній зі страхування життя в Україні у 2019 р., (у тис. грн та од.)

Ключові показники розвитку компаній зі страхування життя	Еталонне значення	Страховики з еталонним значенням
Страхові резерви	2739048	СК "МетЛайф"
Активи	3320037	СК "МетЛайф"
Страхові премії	1231361	СК "МетЛайф"
Страхові виплати	167334	СК "МетЛайф"
Власний капітал	434220	СК "УНІКА Життя"
Кількість застрахованих	759604	СК "МетЛайф"

Джерело: Складено за [9].

Подальший аналіз передбачає здійснення нормування показників розвитку, зміст якого полягає в зіставленні індикаторів окремих компаній зі страхування життя з еталонним значенням. Метою нормування є досягнення розкиду значень, які, проте, будуть найбільш рівномірно відображати різницю між компаніями зі страхування життя, які нами досліджувались. Поряд з тим, за умов, якщо один з індикаторів принципово відмінний від

інших це, у тому числі, може вплинути на значення інтегрального показника.

Зауважимо, що нормування проводилось за всіма виділеними показниками по всіх компаніях зі страхування життя, окрім СК "ГРАВЕ УКРАЇНА" Страхування життя, щодо якої статистична інформація по кількості застрахованих відсутня. Підсумкові результати нормування компаній зі страхування життя в 2019 р. наведено в табл. 2.

Таблиця 2. Унормовані показники для найбільших компаній зі страхування життя в Україні у 2019 р.

Страховики	Страхові резерви	Активи	Страхові премії	Страхові виплати	Власний капітал	Кількість застрахованих
СК "МетЛайф"	1	1	1	1	0,81	1
СК "ГРАВЕ УКРАЇНА" Страхування життя	0,91	0,84	0,31	0,97	0,54	н/д
СК "ТАС" life	0,88	0,85	0,45	0,86	0,68	0,39
СК "УНІКА Життя"	0,31	0,4	0,71	0,14	1	0,48
СК "PZU Україна Страхування життя"	0,29	0,33	0,43	0,26	0,53	0,18
СК "Княжа Лайф VIG"	0,14	0,13	0,06	0,06	0,14	0,017
СК "КД-Життя"	0,08	0,084	0,037	0,074	0,15	0,02
СК "Аска-Життя"	0,035	0,06	0,31	0,037	0,18	0,6
СК "ARX Life"	0,013	0,032	0,14	0,1	0,13	0,57
СК "ГРІНВУД ЛАЙФ ІНШУРАНС"	0,009	0,025	0,055	0,0022	0,11	0,008
СК "ІНГО Україна Життя"	0,008	0,027	0,03	0,07	0,075	0,02
Еталонне значення	1	1	1	1	1	1

Джерело: Власні розрахунки автора на основі даних табл. 1 та [9].

Наступним етапом аналізу є визначення площі радара еталонної компанії зі страхування життя. Цей розрахунок здійснювався на основі формули (2), насамперед з урахуванням кількості обраних нами для аналізу показників (шести). Таким чином, у результаті розрахунків було з'ясовано, що площа радара еталонної компанії

зі страхування життя становить 0,87. Результати розрахунків, отримані на наступних етапах, згруповані в рис. 1, де відповідно наведено площі радарів проаналізованих компаній зі страхування життя та їхній інтегральний показник конкурентоздатності.



Рис. 1. Інтегральні показники розвитку та площа радара найбільших компаній зі страхування життя в Україні у 2019 р.

Джерело: Власні розрахунки на основі табл. 1 і 2.

Наступний, шостий етап, передбачає визначення рангів (здійснення рейтингування) компаній зі страхування життя в Україні станом на кінець 2019 р, які було встановлено відповідно до значень інтегральних показників,

отриманих нами в результаті розрахунків. Згідно з цими даними серед проаналізованих вітчизняних компаній зі страхування життя було виокремлено страховиків-лідерів ринку, а також менш розвинені установи (табл. 3).

Таблиця 3. Рейтингування найбільших компаній зі страхування життя в Україні у 2019 р.

Назва компанії	Ранг	Назва компанії	Ранг
Компанії лідери ринку накопичувального страхування життя в Україні		Страховики, потенційні лідери на ринку накопичувального страхування життя в Україні	
СК "МетЛайф"	1	СК "ARX Life"	6
		СК "Аска-Життя"	7
СК "ТАС" life	2	СК "Княжа Лайф VIG"	8
СК "ГРАВЕ УКРАЇНА" Страхування життя	3	Страховики з найнижчими значеннями інтегральних показників (серед досліджених) на ринку накопичувального страхування життя в Україні	
СК "УНІКА Життя"	4	СК "КД-Життя"	9
СК "PZU Україна Страхування життя"	5	СК "ІНГО Україна Життя"	10
		СК "ГРІНВУД ЛАЙФ ІНШУРАНС"	11

Джерело: Власні розрахунки автора на основі даних рис. 1

Одержані в результаті розрахунків інтегральні показники по окремих із проаналізованих компаній зі страхування життя засвідчують, що лідируючі позиції займає СК "МетЛайф". Інтегральний показник конкурентоздатності цієї страхової компанії наближається до 1 (0,93), і лише по одному з проаналізованих індикаторів його значення не було еталонним (власний капітал). Таким чином, ураховуючи значне відставання всіх інших страховиків, можна стверджувати, що станом на 01.01.2020 р. зазначена фінансова установа відіграла головну роль на ринку накопичувального страхування життя в Україні.

Найменші значення інтегральних показників конкурентоздатності мають три компанії зі страхування життя, а саме: СК "КД-Життя", СК "ІНГО Україна Життя" та СК "ГРІНВУД ЛАЙФ ІНШУРАНС". Зазначені страховики найменш конкурентоздатні з-поміж розглянутих, водночас неможливо зробити однозначні висновки щодо їхньої ролі на вітчизняному ринку накопичувального страхування, через відсутність даних щодо інших 12-ти компаній зі страхування життя, які функціонували в Україні в 2019 р. Графічне представлення отриманих у результаті розрахунків даних наведено на рис. 2.

Підсумовуючи, слід зазначити, що проведений аналіз дав змогу зробити такі висновки:

1. Лідером серед інших компаній зі страхування життя в Україні є СК "МетЛайф", що підтверджується найбільшими з-поміж інших обсягами страхових резервів, активів, страхових виплат та премій, при цьому, за останнім показником ця компанія випереджає найближчого конкурента (СК "УНІКА Життя") майже на третину;

2. Найбільш наближеними до лідера конкурентами є СК "ГРАВЕ УКРАЇНА" Страхування життя та СК "ТАС" life, інтегральні показники конкурентоздатності яких досить близькі – 0,45 та 0,4, відповідно. При цьому, звертає на себе увагу те, що СК "ГРАВЕ УКРАЇНА" Страхування життя має більш високі значення за страховими резервами та виплатами, тоді як СК "ТАС" life випереджає за обсягами активів, залучених страхових премій та власним капіталом.

3. Попри деяке відставання від трійки лідерів, аналіз наступних двох компаній свідчить про значну їхню конкурентоздатність. Насамперед це стосується СК "УНІКА Життя", яка за показником власного капіталу має найбільше значення, яке було визначено еталонним. Також ця компанія зі страхування життя посідає друге після СК "МетЛайф" місце за розмірами страхових премій. Щодо СК "PZU Україна Страхування життя", то попри значне відставання від попереднього наведених страховиків, загалом її інтегральний показник все ж вказує на істотний конкурентний потенціал.

4. Згідно з одержаними в результаті розрахунків інтегральними показниками конкурентоздатності інших компаній зі страхування життя можна стверджувати, що вони менше впливають на вітчизняний ринок накопичувального страхування життя, ніж попередньо розглянуті. Таким чином, безперечним є те, що нова хвиля фінансової кризи може призвести такі компанії до значного погіршення їхньої діяльності та певним чином вплинути на фінансову стійкість.



Рис. 2. Графічне представлення радару конкурентоздатності провідних компаній зі страхування життя України у 2019 р.

Джерело: Власні розрахунки на основі табл. 1 і 2.

Практика функціонування вітчизняних компаній зі страхування життя вказує на те, що значна їхня кількість має ризики погіршення власних показників за умов виникнення нових загроз в економіці та фінансовій сфері. Про це, зокрема, свідчить і стрімке зменшення кількості даних страховиків протягом років, на які припадало загострення кризових явищ (з 73 у 2008 р. до 23 у 2019 р.). Усе це вимагає від них максимальної мобілізації різного

роду внутрішніх ресурсів та розробки принципово нових підходів до підвищення власної конкурентоздатності.

Виділяють три види загальних стратегій підвищення конкурентоздатності страховиків: мінімізація витрат, орієнтація на клієнта і диференціація продукту. Зміст стратегії мінімізації витрат полягає в тому, що страхові компанії тримають стратегічний фокус на зменшенні цін, за рахунок скорочення видатків пов'язаних з їхньою діяль-

ністю. Клієнтоорієнтованою є стратегія, при якій компанія концентрується на певних географічних або клієнтських групах і акцентує увагу не на продукті, а на споживачі послуг. Стратегія диференціації продуктів полягає в тому, що компанія пропонує якнайширший інтегрований спектр страхових продуктів [10].

Окрім загальних стратегій, які відображають глобальний погляд на цілі компанії, також доцільно навести деякі вузькоорієнтовані напрями розвитку компаній зі страхування життя, які особливо актуальні в умовах посилення кризових явищ в економіці. У цьому контексті слід акцентувати увагу на підходах, пов'язаних із дистрибуцією страхового продукту, у тому числі, за рахунок активного використання можливостей інформаційних технологій [11].

Наведемо перелік заходів, які можуть доповнювати загальні стратегії підвищення конкурентоздатності страховиків і, таким чином, позитивно впливати на діяльність компанії зі страхування життя:

- розширення асортименту страхових продуктів і створення принципово нових їхніх видів;
- концентрація на цільових ринках, насамперед таких, що мають значні перспективи зростання в майбутньому;
- здійснення автоматизації і технологічної трансформації, яка забезпечить зростання продуктивності роботи самих страховиків (хмарні технології, великі дані тощо);
- розвиток регіональних мереж, що насамперед передбачає долучення різного роду страхових посередників для представлення інтересів у регіонах;
- оптимізація, уніфікація та покращення прозорості процедури врегулювання виплат при настанні страхового випадку;
- вдосконалення якості послуг, у тому числі, за рахунок запровадження сучасних методів залучення клієнтів через мережу Інтернет;
- розробка програм лояльності, з метою створення мотивації клієнта для повторного придбання страхового продукту у певного страховика.

Зазначимо, що наведений перелік напрямів вдосконалення загальних стратегій підвищення конкурентоздатності страховиків не вичерпний, і в умовах посилення або послаблення кризових явищ може корегуватись та набувати нових адаптивних форм.

ВИСНОВКИ. Проведена оцінка конкурентоздатності вітчизняних компаній зі страхування життя шляхом комбінування підходів до їхнього ранжування та використання методу радара дозволила розрахувати інтегральні показники розвитку, у результаті чого виявити найбільш і найменш конкурентоздатних серед них.

Запропонована оцінка, зважаючи на її наочність та невеликі обсяги необхідної статистичної інформації для розрахунків, зручна й може використовуватись потенційними страхувальниками, самими страховиками, а також для аналізу загального стану розвитку ринку накопичувального страхування життя в Україні. Для потенційних страхувальників у цьому випадку важливий не лише ранг того, чи іншого страховика, але й структура еталонних значень різних показників, що характеризуватимуть стійкість певної установи. Із позиції страховика аналіз конку-

рентних позицій дозволяє визначити основних конкурентів на ринку та проаналізувати напрями, відповідно до яких необхідно здійснити корегування стратегії подальшого розвитку установи. Оцінка конкурентоздатності страховиків на ринку також дозволяє зрозуміти тенденції та структурні зміни, які відбуваються в накопичувальному страхуванні життя загалом, що особливо важливо за умов перманентного повторення кризових явищ в Україні.

ДИСКУСІЯ. Проблематика оцінки конкурентоздатності страхових компаній загалом, і компаній зі страхування життя зокрема, набуває особливої актуальності за умов постійних коливань, що супроводжують розвиток вітчизняної економіки та фінансової сфери. Попри наявність ґрунтовних авторських підходів, що пропонуються в науковій літературі щодо оцінки конкурентоздатності страховиків, усі вони заскладні для домогосподарств, які є основною групою страхувальників у сфері накопичувального страхування життя. Складність також пов'язана з обмеженістю відкритих статистичних даних щодо діяльності конкретних страховиків. Таким чином, перспективними є розробки новітніх експрес-методик оцінки фінансового стану компаній зі страхування життя, які дозволять з'ясувати місце окремих страховиків на ринку в умовах обмежених статистичних даних, що, у тому числі, матиме позитивний відгук у потенційних страхувальників.

Список використаних джерел

1. Козьменко О.В. Рейтингування страхових компаній і розрахунок страхових тарифів на базі використання економіко-математичних методів : монографія / О.В. Козьменко. – Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ", 2008. – 95 с.
2. Олійник В. М. Фінансова стійкість страхових компаній : монографія. – Суми : Університетська книга, 2015. – 287 с.
3. Левченко В. П. Ринок небанківських фінансових послуг в Україні: проблеми становлення та стратегія розвитку : автореф. дис... д-ра екон. наук : 08.00.08 / В. П. Левченко // Держ. фіск. служба України, Ун-т держ. фіск. служби України. – Ірпінь, 2018. – 35 с.
4. Конкурентоспроможність страхового ринку України в умовах активізації глобалізаційних процесів: колективна : монографія ; за мат-ми пр. наук. групи і наук. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. В. Шірінян. К. : Вид-во Ліра-К, 2020. – 404 с.
5. Ткаченко Н. В. Фінансова стійкість страхових компаній (методологія оцінки та механізми забезпечення) : автореф. дис... д-ра екон. наук : 08.00.08 / Н.В. Ткаченко // ДВНЗ "Укр. акад. банк. справи Нац. банку України". – Суми, 2011. – 33 с.
6. Білоус Н. М. Рейтингова оцінка діяльності страхових компаній в Україні зі страхування життя / Н.М. Білоус, А.В. Пелешанко // Вісн. Нац. ун-ту водн. госп-ва та природокористування. Економічні науки, 2018. – Вип. 3. – С. 3–18.
7. Шитов В.Н. Комплексный подход к анализу конкурентоспособности предприятия / В.Н. Шитов, О.Ф. Цымбалест // Экономический анализ: теория и практик, 2014. – 13 (364). – С. 59–63
8. Головачев А.С. Экономика организаций (предприятия) : учеб. пособие / А. С. Головачев. – Минск : Вышэйшая школа, 2015. – 688 с.
9. Підсумки діяльності страхових компаній // "Insurance TOP", 2020. – №1(69). URL: <https://forinsurer.com/files/file00673.pdf>
10. Curcic N. Marketing concept in insurance companies / N. Curcic, Z. Simonovic, I. Piljan // Экономика, 2019. DOI:10.5937/ekonomika.1903021C.
11. Prymostka O. Life insurance companies marketing strategy in the digital world / O. Prymostka // Insurance Markets and Companies, 2018. – Vol. 9. – p. 66–73. DOI: 10.21511/ins.09(1).2018.06.

Received: 12/06/2020
1st Revision: 10/07/2020
Accepted: 13/08/2020

Author's declaration on the sources of funding of research presented in the scientific article or of the preparation of the scientific article: budget of university's scientific project

Н. Приказюк, д-р екон. наук, доц.,
А. Ткаченко, асп.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ ПО СТРАХОВАНИЮ ЖИЗНИ В УКРАИНЕ

Предложен методический подход к оценке конкурентоспособности компаний по страхованию жизни, в основе которого лежит использование комбинации методов ранжирования и радара. Проведенные расчеты позволили выявить наиболее конкурентоспособные компании по страхованию жизни, которые существуют в настоящее время в Украине. Определены направления совершенствования традиционных стратегий развития компаний по страхованию жизни, что позволит усилить их конкурентные позиции на рынке, в том числе, в случае появления кризисных явлений в экономике и финансовой сфере.

Ключевые слова: компании по страхованию жизни, конкурентоспособность, метод радара, накопительное страхование жизни, стратегии развития страховщиков.

N. Prykaziuk, Dr. of Sci. (Economics), Assoc. Prof.,
A. Tkachenko, PhD Student
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

THE COMPETITIVENESS ASSESSMENT OF THE LIFE INSURANCE COMPANIES IN UKRAINE

The paper suggests a methodical approach to assessing the life insurance companies' competitiveness, which is based on a combination of ranking and radar methods. The algorithm for such an assessment is developed, which covers seven progressive stages. The respective calculations revealed the most competitive life insurance companies currently existing in Ukraine. The performed analysis proved the existence of system-forming life insurance companies in Ukraine, as well as groups of institutions that, under certain conditions, can compete significantly or even take a leading position in the market. It is proved that the establishment of competitive positions of such institutions in the relevant market is not only economic but also social in nature, because it allows potential policyholders quickly determining the integrated state of development of a particular insurer. It is substantiated that such calculations are necessary for insurers, as well as for the relevant state authorities, concerning the determination of further development prospects for the cash-value life insurance. Such an analysis is also justified under the changing regulation model of the life insurance companies, as one of the key tasks of the NBU is to strengthen the requirements for their activities, as a result, only the most developed institutions will remain on the market. It is proved that maintaining its place in the market by existing insurers-leaders and, at the same time, gaining new additional prospects for strengthening their market positions by other life insurance companies, requires using a flexible development strategy, which will be based on customer orientation. The ways for improvement of traditional development strategies of life insurance companies are outlined, which allows strengthening their competitive positions in the market under the emerging crisis phenomena in the economic and financial fields.

Keywords: life insurance companies, competitiveness, radar method, cash-value life insurance, insurers development strategies.

References (in Latin): Translation / Transliteration / Transcription

1. Koz'menko O. V., 2008. Rating of insurance companies and calculation of insurance rates based on the use of economic and mathematical methods: a monograph. Sumy : DVNZ "UABS NBU", 95 p.
2. Oliynyk V. M., 2015. Financial stability of insurance companies: a monograph. Sumy: University book, 287 p.
3. Levchenko V. P., 2018. The market of non-banking financial services in Ukraine: problems of formation and development strategy: author's ref. dis.... Dr. Econ. Science: 08.00.08. State. fisk. Service of Ukraine, Univ. fisk. services of Ukraine. Irpen, 35 p.
4. Shirinyan L. V., 2020. Competitiveness of the insurance market of Ukraine in the conditions of activation of globalization processes: collective monograph / on materials of works of scientific group and scientific edition. K.: Lira-K Publishing House, 404 p.
5. Tkachenko N. V. Financial stability of insurance companies (assessment methodology and support mechanisms): a phd thesis. Dr. Econ. Science: 08.00.08. SHEI "Ukr. acad. bank. affairs of the Nat. Bank of Ukraine". Sumy, 2011. 33 p.
6. Bilous N. M. Peleshanko A. V., 2018. Rating assessment of life insurance companies in Ukraine. Bulletin of the National University of Water Management and Environmental Sciences. Economic sciences. Vol. 3. PP. 3–18.
7. Shitov V. N, Tsymbalist O.F., 2014. Комплексный подход к анализу конкурентоспособности предприятия. Экономический анализ: теория и практика. 13 (364). PP. 59–63
8. Holovachev A. S., 2015. Economics of organizations (enterprises): textbook. allowance. Minsk: High school, 688 p.
9. Results of insurance companies. "Insurance TOP" №1(69)2020. URL: <https://forinsurer.com/files/file00673.pdf>
10. Curcic N., Simonovic Z., Piljan I., 2019. Marketing concept in insurance companies. Economics. DOI:10.5937/ekonomika1903021C
11. Prymostka O., 2018. Life insurance companies marketing strategy in the digital world. Insurance Markets and Companies, Volume 9. PP. 66–73. DOI: 10.21511/ins.09(1).2018.06

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2020; 4(211): 53-62

УДК 330.47

JEL classification: G17

DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2020/211-4/5>

A. Ставицький, д-р екон. наук, доц.

ORCID iD 0000-0002-5645-6758,

B. Тараба, економіст

ORCID iD 0000-0002-5265-8571

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕТОДІВ ТЕХНІЧНОГО АНАЛІЗУ ПРИ ПРОГНОЗУВАННІ ФОНДОВИХ ІНДЕКСІВ

Проаналізовано прибутковість методів технічного аналізу для семи фондових індексів за останні десять років, а також розглянуто загальну динаміку фондових індексів. Відповідно до отриманих результатів прибутковість технічного аналізу зростає останнім часом через зміну умов на ринку, натомість для періоду 2010–2018 років прибутковість методів технічного аналізу була значно нижчою. Аналіз показав, що найкращі результати розглянутих методів технічного аналізу продемонстрували на китайському, індійському та гонконгському фондових індексах, найгірші – на американському, європейському та японському фондових індексах. Проте стійкість розглянутих методів, як виявилось, досить низька. Це пов'язано з тим, що їхня прибутковість сильно змінюється зі зміною вибірки. Розглянуто також питання агрегування сигналів технічного аналізу та сигналів ARIMA-моделей. Для цього для кожного з розглянутих у роботі фондових індексів підібрано оптимальні ARIMA-моделі, і відповідно на основі прогнозів за цими моделями для кожного індексу отримувалися сигнали на відкриття чи закриття короткої або довгої позиції. Зазначено, що для трьох із семи індексів оптимальною ARIMA-моделлю виявилася модель "білого шуму": у такому випадку отримана модель не використовувалася для побудови прогнозів та подальшого отримання сигналів. Агрегування сигналів дозволило отримати прибутковість, вищу за середньоринкову на п'яти з семи розглянутих фондових індексів: американському, європейському, китайському, гонконгському та корейському фондових індексах. Для тестування методів технічного аналізу на історичних даних, підбору оптимальних ARIMA-моделей та тестування стратегії, що базується на агрегуванні сигналів, використано Python та R. Отримані результати можуть бути використані для розробки торгових стратегій.

Ключові слова: фондові індекси, технічний аналіз, ARIMA-моделі.

Вступ. Методи технічного аналізу (ТА) активно використовуються для прогнозування динаміки фондового ринку (ідеться як про динаміку окремих акцій, так і про динаміку фондових індексів). Проте, незважаючи на популярність методів технічного аналізу, їхня прогностична здатність сумнівна. Хоча питання прибутковості методів технічного аналізу активно досліджується, проте

більшість наукових робіт аналізували лише прибутковість окремих методів, а тому малодослідженим залишається питання щодо прибутковості стратегій, які базуються на комбінації сигналів окремих методів технічного аналізу. Майже не розглядалася можливість агрегувати сигнали технічного аналізу та математичних моделей часових рядів (зокрема ARIMA-моделей).