

## РИНОК СТРАХОВИХ ПОСЛУГ: МАРКЕТИНГОВИЙ ТА ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ

© Музика О.М., Іванова Л.О., 2004

Для побудови прогнозу купівельного попиту на певний товар чи послугу недостатньо тільки накопичених теоретичних знань. Більше того, чимало компаній орієнтуються на розробку і використання власних практичних методів вивчення поведінки споживача. Темпи розвитку суспільства і потреб людини прискорюються, і це дуже позначається на поведінці покупців. Споживач сьогодні вже не такий, яким він описаний у теорії вчора. А накопиченим знанням про його поведінку часто не вистачає системності, що перешкоджає застосуванню їх на практиці. Спостерігається також явне домінування в науці про поведінку споживача американських економічних теорій, які не завжди відповідають ринковим умовам інших країн. Існують специфічні демографічні, культурні чинники, які необхідно враховувати при вивченні поведінки споживачів. Найбільш точно цю думку висловив Дж. Енджел: "Потреби є універсальними для всіх культур, однак у цій сфері пріоритети, так само, як і засоби вираження й задоволення потреб, можуть дуже сильно варіюватися". Найцінніше тут для спеціалістів з маркетингу – визначення параметрів і тенденцій розвитку самого ринку та майбутньої поведінки покупців на ньому.

Побудуємо декілька залежностей за допомогою економіко-математичних методів і змоделюємо ситуацію на страховому ринку України.

Отримане рівняння регресії  $y_0 = -613,037 + 0,026 \cdot x$  залежності надходження страхових платежів від доходів населення показує, що при збільшенні доходів населення на 1 млн. грн. і деякому фіксованому (середньому) значенні доходів населення очікується збільшення надходження середнього значення страхових платежів на 0,026 млн. грн. або 26000 грн. Значення парного коефіцієнта детермінації ( $R^2=0,956$ ) в даній моделі показує, що 95,6 % дисперсії чи коливань надходження страхових платежів пояснюється впливом на них дисперсії чи коливань доходів населення і 4,4 % дисперсії чи коливань надходжень страхових платежів пояснюється впливом на них інших факторів (економічних показників), не включених у парне рівняння регресії. Крім того, значення парного коефіцієнта детермінації  $R^2=0,956$  дає підстави стверджувати, що парне рівняння регресії має досить добру довіру (надійність). Розраховані коефіцієнти еластичності вказують наскільки в середньому збільшаться надходження страхових платежів при збільшенні доходів на 1 % в кожному з аналізованих років. В середньому при збільшенні доходів населення на 1 % очікується приріст надходження страхових платежів у середньому на 1,62 %.

Порівняння динаміки частки страхування у ВВП та індексу споживчих настроїв в Україні показує, чітку тенденцію: зі зростанням матеріального становища населення і покращенням економічної ситуації або іншими словами – споживчих настроїв населення – зростає частка страхування у ВВП України. Цікавим є той факт, що із збільшенням ІСН зростає і частка сукупних витрат домогосподарств на послуги загалом. Одержане значення парного коефіцієнта кореляції між показниками частки страхування у ВВП та індексом

споживчих настроїв  $R^2 = 0,99283869$  показує, що між даними показниками існує дуже тісний внутрішній кореляційний зв'язок. Рівняння регресії  $y_0 = -1,264 + 0,036 \cdot x$  показує, що при збільшенні ІСН на 1 % очікується збільшення середнього значення частки страхування у ВВП України на 0,036 %.

Значення парного коефіцієнта детермінації  $R^2 = 0,985729$  показує, що 98,6 % дисперсії чи коливань частки страхування у ВВП пояснюється впливом на неї дисперсії чи коливань індексу споживчих настроїв і 1,4 % дисперсії чи коливань частки страхування у ВВП пояснюється впливом інших факторів, не включених у парне рівняння регресії.

Побудоване множинне рівняння регресії впливу на доходи страхових компаній узагальнених факторів – страхових платежів, виплат і резервів загалом має наступний вигляд:  $y = 133519,4 + 0,98x_1 - 3,2x_2 + 1,55x_3$

Значення парного коефіцієнта детермінації  $R^2 = 0,9656$  показує, що майже 96,6 % усієї дисперсії доходу від страхової діяльності пояснюється варіацією розглянутих факторів (страхових платежів, виплат і резервів).

Побудовані регресійні моделі дають змогу прогнозувати доходи страхового ринку на наступний період та виявляти резерви його збільшення.

М.Б. НАЙЧУК-ХРУЩ

Національний університет "Львівська політехніка"

## ВЕРТИКАЛЬНО – ІНТЕГРОВАНІ ХОЛДИНГОВІ СТРУКТУРИ ЯК ЛОГІСТИЧНІ ЛАНЦЮГИ В ЕКОНОМІЦІ

© Найчук-Хрущ М.Б., 2004

Холдингові структури, як об'єднання підприємств на основі володіння материнською компанією контрольними пакетами акцій підлеглих підприємств, є активними учасниками ринку, часто їх рішення заторкають не тільки діяльність контрагентів, постачальників та споживачів, а можуть порушити й рівновагу товарного чи фінансового ринку загалом, призвести до загальних змін в економічному житті країн. Придбаючи контрольні пакети акцій національних та вітчизняних підприємств, холдингові компанії отримують доступ до нових ресурсів, технологій, виробництв і, як результат, нових ринків.

Серед причин створення холдингових структур можемо виділити наступні.

1. Бажання усунення конкурентів на ринку.
2. Можливість встановлення контролю за цінами та контролю за постачанням сировини.
3. Можливість використання ефекту масштабу.
4. Взаємообмін з дочірніми компаніями наявними ресурсами, технологіями та досвідом.
5. Можливість створення замкнутих технологічних ланцюжків від видобутку сировини до випуску готової продукції і доведення її до споживача.
6. Розширення об'ємів випуску продукції, а також розширення або отримання нових ринків збуту продукції за рахунок придбання нових виробництв, сировинних ресурсів тощо.