

ВИБІР СТРАТЕГІЙ ЦІНОУТВОРЕННЯ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ SWOT-АНАЛІЗУ НА РИНКУ АГРАРНОГО СТРАХУВАННЯ

©2018 ВІЛЕНЧУК О. М.

УДК 368:338.43

Віленчук О. М. Вибір стратегій ціноутворення за результатами SWOT-аналізу на ринку аграрного страхування

Метою статті є відображення варіантів використання цінних стратегій та здійснення збутової політики страховими компаніями, базуючись на результатах SWOT-аналізу ринку аграрного страхування. Обґрунтовано авторське бачення необхідності формування та використання цінних стратегій на страховому ринку. Виходячи з фінансово-економічних інтересів суб'єктів страхового процесу сформульовано три цінні стратегії, які можуть застосовуватися страховими компаніями, враховуючи особливості тарифної політики. Встановлено, що реалізація тієї чи іншої цінної стратегії та використання інноваційних каналів збуту страхових послуг має сприяти максимальному покриттю страхуванням сільськогосподарських ризиків, а також забезпечення фінансової надійності та платоспроможності страховиків. Перспективою подальших досліджень у даному напрямі є обґрунтування можливих варіантів активізації страхових відносин в аграрній сфері.

Ключові слова: аграрне страхування, стратегії, страхові тарифи, суб'єкти страхового ринку, ціноутворення.

Табл.: 5. **Формул.:** 4. **Бібл.:** 10.

Віленчук Олександр Миколайович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту, Житомирський національний агро-екологічний університет (Старий бульвар, 7, Житомир, 10008, Україна)
E-mail: vilenchuk@ukr.net

УДК 368:338.43

Віленчук А. Н. Выбор стратегий ценообразования по результатам SWOT-анализа на рынке аграрного страхования

Целью статьи является отображение вариантов использования ценовых стратегий и осуществление сбытовой политики страховыми компаниями, основываясь на результатах SWOT-анализа рынка аграрного страхования. Обосновано авторское видение необходимости формирования и использования ценовых стратегий на страховом рынке. Исходя из финансово-экономических интересов субъектов страхового процесса сформулированы три ценовые стратегии, которые могут применяться страховыми компаниями, учитывая особенности тарифной политики. Установлено, что реализация той или иной ценовой стратегии и использование инновационных каналов сбыта страховых услуг должно способствовать максимальному покрытию страхованием сельскохозяйственных рисков, а также обеспечение финансовой надежности и платежеспособности страховщиков. Перспективой дальнейших исследований в данном направлении является обоснование возможных вариантов активизации страховых отношений в аграрной сфере.

Ключевые слова: аграрное страхование стратегии; страховые тарифы; субъекты страхового рынка, ценообразования.

Табл.: 5. **Формул.:** 4. **Библ.:** 10.

Віленчук Олександр Николаевич – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и кредита, Житомирский национальный агроэкологический университет (Старый бульвар, 7, Житомир, 10008, Украина)
E-mail: vilenchuk@ukr.net

UDC 368:338.43

Vilenchuk O. M. Selecting the Pricing Strategies Based on the Results of a SWOT-Analysis of the Market of Agricultural Insurance

The article is aimed at displaying the options for using pricing strategies and implementing sales policy by insurance companies, based on the results of a SWOT-analysis of the market of agricultural insurance. The author's vision of the necessity of formation and use of price strategies in the insurance market is substantiated. On the basis of the financial and economic interests of the actors of insurance process, three pricing strategies are formulated that can be applied by insurance companies, taking into consideration peculiarities of the tariff policy. It is determined that implementation of varying pricing strategies and use of innovative distribution channels of insurance services should facilitate maximum coverage of agricultural risks by means of insurance, as well as provide the financial reliability and solvency of insurers. Prospect for further research in this direction is substantiation of the possible options for the intensification of insurance relations in agrarian sphere.

Keywords: agricultural insurance of strategy; insurance rates; actors of insurance market, pricing.

Tbl.: 5. **Formulae:** 4. **Bibl.:** 10.

Vilenchuk Oleksandr M. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance and Credit, Zhytomyr National Agroecological University (7 Staryi bulvar, Zhytomyr, 10008, Ukraine)
E-mail: vilenchuk@ukr.net

Розвиток ринку аграрного страхування в Україні варто розглядати як адекватну реакцію підприємницької громадськості на ймовірні ризики, пов'язані з виробництвом сільськогосподарської продукції. Водночас перед страховими компаніями постає важливе завдання щодо збалансування наявних фінансово-економічних інтересів з аграріями (потенційними страхувальниками) завдяки реалізації взаємовигідної тарифної політики на страхові послуги. Для забезпечення конкурентних позицій на страховому ринку страховикам необхідно мати у своєму розпорядженні альтернативні цінні стратегії з метою задоволення попиту аграріїв на страховий захист

і забезпечення належного рівня платоспроможності й рентабельності страхових операцій.

Логічним продовженням цінної політики виступає збутова діяльність, яка надає можливості страховикам акумулювати суми страхових платежів, а страхувальникам отримати страховий захист. Організацію системи реалізації послуг на ринку аграрного страхування варто розглядати як один із основних маркетингових заходів, що відображає ефективність діяльності страхових компаній та рівень довіри до них з боку потенційних страхувальників. Від формування дієвої системи продажу та диверсифікації каналів збуту багато в чому залежить комерційний

успіх страхової компанії на ринку та її імідж серед ключових суб'єктів страхового процесу.

Опрацювання теоретико-методичних засад аграрного страхування дає підстави констатувати, що дана тематика достатньо широко представлена у наукових працях: О. Козьменко [9]; О. Слободянюк [6]; В. Фурмана [8] та інших вчених, які сформували методологічну базу для розвитку теорії та практики страхових відносин в аграрній сфері. Значний внесок у розвиток і використання сучасної методики SWOT-аналізу зробили такі вчені, як: В. Горбулін [1]; Б. Грабовецький [2]; А. Качинський [1]. Проте постає необхідність у здійсненні подальших наукових досліджень, особливо тих, що стосуються формування тарифної політики у сфері аграрного страхування.

Метою статті є відображення варіантів використання цінних стратегій і формування збутової політики страховими компаніями, базуючись на результатах SWOT-аналізу ринку аграрного страхування.

Розробка та реалізація взаємопов'язаних стратегій на страховому ринку зумовлена необхідністю відтворення конкурентних позицій страхових компаній щодо їх соціально-економічної та інституціональної спроможності забезпечувати баланс інтересів для всіх учасників страхового процесу. У Національній стратегії розвитку страхового ринку на 2012–2021 рр. зазначається, що її метою є відродження первинної ролі страхування як суспільно-корисної функції захисту майнових інтересів громадян, суб'єктів економічної діяльності та держави на основі розбудови конкурентоспроможного, відкритого, платоспроможного, оснащеного найсучаснішою інфраструктурою, технологіями страхового ринку з привабливим і широким асортиментом якісних страхових послуг та інструментів, гарантованим рівнем захисту прав споживачів та сучасними методами регулювання і нагляду із залученням інституцій саморегулювання [7]. Як влучно зазначає О. Слободянюк, «Агрострахування – це перевірений механізм управління сільськогосподарськими ризиками, який забезпечує баланс інтересів усіх сторін або учасників: аграріям – захист прибутків при втраті врожаю, кредиторам – повернення кредитів, узятих на сільськогосподарські потреби, державі – продовольчу безпеку» [6, с. 28].

Функціонування ринку аграрного страхування потребує дослідження можливостей використання різних варіантів розвитку стратегій залежно від рівня платоспроможного попиту на страхові послуги їх асортименту, готовності виробників сільськогосподарської продукції інвестувати власні кошти у страховий захист, а також рівня капіталізації самих страхових компаній тощо.

Розробка та реалізація взаємопов'язаних стратегій на страховому ринку зумовлена необхідністю відтворення конкурентних позицій страхових компаній щодо їх соціально-економічної та інституціональної

спроможності забезпечувати баланс інтересів для всіх учасників страхового процесу. Безперечно, що реалізація будь якої стратегії має бути максимально орієнтована на досягнення визначених цілей, які формуються виходячи із реального стану та потенційних можливостей розвитку ринку аграрного страхування на перспективу. Забезпечення зрівноваженої цінової політики страховиків потребує здійснення стратегічного управління їх операційною та фінансовою діяльністю з метою розширення страхового покриття сільськогосподарських ризиків. Загалом стратегічне управління страховою компанією передбачає «... аналіз і оцінку внутрішнього середовища організації, аналіз і оцінку зовнішнього оточення, визначення існуючих недоліків та сильних сторін компанії, а також прогнозування розвитку внутрішнього та зовнішнього середовища, визначення конкретних цілей організації, розроблення стратегії досягнення визначених цілей, створення системи довгострокових, тактичних, оперативних та організаційних планів, реалізацію обраної стратегії розвитку, контроль за виконанням планів та оцінку обраної стратегії» [8, с. 49].

Для обґрунтування можливих варіантів цінової та збутової стратегій на ринку аграрного страхування постає необхідність в оцінюванні фактичного стану його розвитку та виявлення тенденцій на майбутнє. Методичним інструментарієм такого оцінювання може стати SWOT-аналіз. У науковій літературі даний метод дослідження розглядається як один із найуспішніших системних технологій комплексної оцінки впливу внутрішнього і зовнішнього безпечних середовищ, сильних і слабких сторін [1, с. 105]. Варто зазначити, що назва SWOT походить від слів *Strengths* (сильні сторони), *Weaknesses* (слабкі сторони), *Opportunities* (можливості), *Threats* (загрози). Він був запропонований професором Гарвардського університету К. Ендрюсом [10].

Використання SWOT-аналізу дозволяє оцінити найхарактерніші позитивні та негативні ознаки, що властиві для сучасного стану ринку аграрного страхування, а також конкретизувати стратегічні орієнтири його розвитку на середньострокову перспективу. За допомогою SWOT-аналізу обґрунтовано сильні та слабкі сторони функціонування аграрного сегмента страхового ринку, виявлено наявні можливості розвитку страхових відносин у сільській місцевості, а також оцінено загрози та сформульовано пропозиції щодо їх усунення за допомогою посилення слабких сторін страхового процесу. Емпіричною базою для проведення SWOT-аналізу та визначення рівня впливу того чи іншого фактора на формування ринку аграрного страхування послужили дані експертного оцінювання за допомогою методу колективних експертних оцінок Дельфі [2].

Методика здійснення SWOT-аналізу передбачає встановлення певних етапів дослідження. На першому

етапі за результатами анкетного опитування визначаються основні фактори, які, на думку експертів, мають позитивний (та/негативний) вплив на стан функціонування ринку аграрного страхування. На другому етапі здійснюється оцінювання ступеня значимості параметрів, яке експерти проводять шляхом присвоєння їм

рангового номера. Якщо експерт визнає кілька факторів рівнозначними, то їм присвоюється однаковий ранговий номер. Відповідно до результатів експертного опитування та встановлених факторів впливу на функціонування ринку аграрного страхування формується оціночна матриця балів (табл. 1).

Таблиця 1

Матриця балів сформована на основі факторів, які впливають на функціонування ринку аграрного страхування за результатами експертного опитування

№ з/п	Експерти											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Забезпечення еквівалентного розподілу ризиків і відповідальності											
	100	100	80	85	90	90	100	70	80	100	90	85
2	Впровадження інноваційних страхових продуктів											
	80	70	75	85	70	100	60	80	90	75	80	90
3	Формування попиту і пропозиції на ринку аграрного страхування											
	85	60	50	65	65	80	50	55	60	65	70	70
4	Збалансування страхових інтересів суб'єктів страхового ринку											
	60	50	55	60	50	40	60	50	55	50	65	65
5	Недосконалість нормативно-правового забезпечення											
	70	75	60	65	80	75	85	60	80	90	75	60
6	Низький рівень платоспроможності аграріїв											
	90	90	85	80	100	95	90	85	70	70	85	90
7	Низький рівень розвитку аграрного страхування в Україні											
	85	90	95	70	70	65	50	50	55	65	70	65
8	Відсутність налагодженого механізму перестраховування											
	60	60	80	65	50	55	40	65	65	55	50	60
9	Недостатність інформації про переваги наявних страхових послуг у аграріїв											
	55	60	50	40	45	65	55	55	45	60	55	65
10	Збільшення обсягів страхового покриття сільськогосподарських ризиків											
	85	85	80	70	75	75	65	80	70	85	75	70
11	Розвиток сучасної інфраструктури страхового ринку											
	80	70	75	75	60	60	65	70	80	80	65	65
12	Підвищення якості управління бізнес процесами страховика											
	40	50	35	35	30	25	30	45	50	35	45	50
13	Здійснення державної підтримки щодо страхування сільськогосподарської продукції											
	100	90	95	80	80	85	75	80	85	70	80	85
14	Підвищення платоспроможного попиту аграріїв на страховий захист											
	100	100	85	90	90	80	85	70	75	85	70	80
15	Розширення асортименту страхових послуг											
	30	35	35	45	40	50	55	45	35	25	40	35
16	Здійснення активної маркетингової політики страховика											
	90	90	95	80	85	85	75	70	70	90	85	90
17	Висока ймовірність прояву сільськогосподарських ризиків											
	45	40	45	35	50	55	45	35	35	35	45	40
18	Низький рівень капіталізації страховиків											
	70	70	75	80	80	75	70	65	60	60	65	75
19	Недовіра до страхування як інструмента захисту майнових інтересів аграріїв											
	40	45	50	40	45	30	30	35	45	45	35	40
20	Відсутність висококваліфікованих спеціалістів з аграрного страхування											
	65	65	70	70	50	55	50	45	60	60	55	50

Джерело: складено на основі результатів експертного опитування.

Процес відбору факторів здійснювався для дослідження об'єктивного ставлення респондентів до подальшого функціонування страхового ринку. Розробка того чи іншого фактора базувалася на необхідності формування системного уявлення про їх вплив на цілісність механізму аграрного страхування. Кожен із представлених факторів свідчить про готовність до страхової відповідальності суб'єктів ринку.

На третьому етапі за даними матриці балів, використовуючи функцію *RANK.AVG*, формується узагальнююча матриця рангів (табл. 2). Представлені в матрицях (балів і рангів) показники можуть бути використані для здійснення певних розрахунків, які характеризують результати експертного опитування.

Для перевірки адекватності ранжування оцінки факторів скористаємося формулою:

$$\sum x_{ij} = \frac{(1+n)n}{2}, \quad (1)$$

де x_{ij} – контрольна сума розрахованих рангів у розрізі кожного з експертів;

n – кількість факторів.

Використовуючи формулу (1), проведемо розрахунок:

$$\sum x_{ij} = \frac{(1+20) \cdot 20}{2} = 210.$$

Отримані дані свідчать про достовірність проведеного розрахунку.

На четвертому етапі здійснюється оцінювання середнього ступеня узгодженості думок всіх експертів. Для цього доцільно використати коефіцієнт конкордації для випадку, коли є пов'язані ранги (однакові значення рангів у оцінках одного експерта). Коефіцієнт конкордації перебуває в діапазоні від $0 \leq W \leq 1$. Зростання значення коефіцієнта конкордації свідчить про збільшення ступеня узгодженості думок експертів. Розраховується коефіцієнт конкордації згідно з методикою Кендалла за формулою:

$$W = \frac{d^2}{\frac{1}{12} m^2 (n^3 - n) - m \sum T_i}, \quad (2)$$

за наявності зв'язаних рангів (T_i) використовується формула:

$$T_i = \frac{1}{12} \sum (t_i^3 - t_i), \quad (3)$$

де d^2 – сума квадратів відхилення всіх оцінок рангів кожного коефіцієнта від середнього значення;

m – кількість експертів;

T_i – (сума сум всіх зв'язаних рангів по кожному експерту) / 12;

L_i – число зв'язок (видів повторювальних елементів) в оцінках i -го експерта;

t_i – кількість елементів в i -й зв'язці для i -го експерта (кількість повторювальних елементів).

Використовуючи формули (2) і (3), розрахуємо коефіцієнт конкордації:

$$W = \frac{76914}{\frac{1}{12} 12^2 (20^3 - 20) - 12 \cdot 94} = 0,81.$$

Даний коефіцієнт $W = 0,81$ свідчить про наявність достатньо високого ступеня узгодженості думок експертів.

На п'ятому етапі здійснюється оцінка значущості коефіцієнта конкордації. Для цього використовуємо критерій узгодженості Пірсона. Використання даного критерію дозволить перевірити статистичну істотність (значущість) коефіцієнта конкордації для визначення рівня випадковості узгодження позицій респондентів:

$$x^2 = \frac{d^2}{\frac{1}{12} mn(n+1) + \frac{1}{n-1} \sum T_i}, \quad (4)$$

Використання формули (4) дозволяє обчислити критерій Пірсона:

$$x^2 = \frac{76914}{\frac{1}{12} 12 \cdot 20(20+1) + \frac{1}{20-1} \cdot 94} = 185,31.$$

Розрахований x^2 порівняємо з табличним значенням для числа ступенів свободи $K = n - 1 = 20 - 1 = 19$ і при заданому рівні значущості $\alpha = 0,01$. Зважаючи на те, що x^2 розрахунковий 185,31 табличного (36,19087), то $W = 0,81$ варто розглядати як величину не випадкову. Отже, отримані результати мають сенс і можуть використовуватися в подальших дослідженнях.

На шостому етапі, відповідно до сформованих матриць балів та рангів факторів, проведемо SWOT-аналіз стану функціонування ринку аграрного страхування. Здійснення такого аналізу дозволяє виявити сильні та слабкі сторони, обґрунтувати можливості та акцентувати увагу на існуючих загрозах, а також встановити вагу та рівень впливу того чи іншого фактора на функціонування страхових відносин в аграрній сфері. Проведені розрахунки на підставі експертних оцінок засвідчують, що діапазон впливу досліджуваних факторів коливається в межах від 3% до 6,8%, зокрема сильний вплив оцінюється від 6,0% до 6,8%, середній вплив – від 4,2% до 5,8%, слабкий вплив – від 3,0% до 4,1% (табл. 3).

Результати проведеного SWOT-аналізу засвідчують, що найбільший вплив на стан розвитку ринку аграрного страхування спричиняють такі фактори, як: забезпечення еквівалентного розподілу ризиків і відповідальності (6,8%); здійснення державної підтримки щодо страхування сільськогосподарської продукції (6,4%); підвищення платоспроможного попиту аграріїв на страховий захист (6,4%); здійснення активної маркетингової політики страховика (6,4%); впровадження інноваційних стра-

Узагальнююча матриця рангів факторів, які впливають на стан ринку аграрного страхування
(за оцінками експертів)

Фактори	Експерти												Сума рангів	d	d2
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
1	19,0	19,5	14,0	18,5	18,5	18,0	20,0	14,5	17,0	20,0	20,0	16,5	215,5	89,5	8010
2	11,5	11,0	11,0	18,5	11,5	20,0	10,5	18,0	20,0	14,0	16,5	19,0	181,5	55,5	3080
3	14,0	7,0	5,0	8,0	10,0	14,5	6,0	8,5	9,0	10,5	12,0	12,5	117,0	-9,0	81
4	6,5	4,5	7,0	6,0	6,5	3,0	10,5	6,5	6,5	5,0	9,0	9,5	80,5	-45,5	2070
5	9,5	13,0	8,0	8,0	15,0	12,0	17,5	10,0	17,0	18,5	14,5	6,5	149,5	23,5	552
6	16,5	16,5	16,5	15,5	20,0	19,0	19,0	20,0	13,0	12,5	18,5	19,0	206,0	80,0	6400
7	14,0	16,5	19,0	11,0	11,5	9,5	6,0	6,5	6,5	10,5	12,0	9,5	132,5	6,5	42
8	6,5	7,0	14,0	8,0	6,5	6,0	3,0	11,5	11,0	6,0	5,0	6,5	91,0	-35,0	1225
9	5,0	7,0	5,0	3,5	3,5	9,5	8,5	8,5	3,5	8,0	6,5	9,5	78,0	-48,0	2304
10	14,0	14,0	14,0	11,0	13,0	12,0	12,5	18,0	13,0	16,5	14,5	12,5	165,0	39,0	1521
11	11,5	11,0	11,0	13,0	9,0	8,0	12,5	14,5	17,0	15,0	9,0	9,5	141,0	15,0	225
12	2,5	4,5	1,5	1,5	1,0	1,0	1,5	4,0	5,0	2,5	3,5	4,5	33,0	-93,0	8649
13	19,0	16,5	19,0	15,5	15,0	16,5	15,5	18,0	19,0	12,5	16,5	16,5	199,5	73,5	5402
14	19,0	19,5	16,5	20,0	18,5	14,5	17,5	14,5	15,0	16,5	12,0	15,0	198,5	72,5	5256
15	1,0	1,0	1,5	5,0	2,0	4,0	8,5	4,0	1,5	1,0	2,0	1,0	32,5	-93,5	8742
16	16,5	16,5	19,0	15,5	17,0	16,5	15,5	14,5	13,0	18,5	18,5	19,0	200,0	74,0	5476
17	4,0	2,0	3,0	1,5	6,5	6,0	4,0	1,5	1,5	2,5	3,5	2,5	38,5	-87,5	7656
18	9,5	11,0	11,0	15,5	15,0	12,0	14,0	11,5	9,0	8,0	9,0	14,0	139,5	13,5	182
19	2,5	3,0	5,0	3,5	3,5	2,0	1,5	1,5	3,5	4,0	1,0	2,5	33,5	-92,5	8556
20	8,0	9,0	9,0	11,0	6,5	6,0	6,0	4,0	9,0	8,0	6,5	4,5	87,5	-38,5	1482
Разом	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	2520,0	-	76914

Джерело: власні розрахунки.

хових продуктів (6,0%) тощо. Серед слабких сторін і потенційних загроз функціонуванню даного сегмента страхового ринку виокремлювались такі фактори: низький рівень розвитку аграрного страхування в Україні (5,3%); низький рівень платоспроможності аграріїв (6,5%) і недостатній рівень капіталізації страховиків (5,3%). До факторів, що не мали суттєвого впливу на формування страхових відносин в аграрній сфері, віднесено: недовіру до страхування як інструмента захисту майнових інтересів аграріїв (3,0%); рівень якості управління бізнес процесами страховика (3,0%) та недостатність інформації про переваги наявних страхових послуг у аграріїв (4,1%).

Розробку цінової стратегії страхової компанії варто розглядати як ключовий інструмент взаємодії суб'єктів страхового ринку з приводу захисту їх наявних фінансово-економічних інтересів. погоджуємося з думкою О. Козьменко про те, що «вдало сформована цінова стратегія – одна зі складових комерційного успіху страхової компанії, забезпечення її конкурентоспроможності» [9, с. 175]. Проте слід зважати на необхідність формування цін

на послуги аграрного страхування, виходячи з потреб узгодження певних цінностей страховиків і страховальників від участі в розподілі сільськогосподарських ризиків.

Вибір тієї чи іншої цінової стратегії страховика залежить від багатьох факторів, основними з яких є: рівень інноваційності страхового продукту; наявність платоспроможного попиту на страхові послуги серед потенційних страхувальників; стан конкуренції на страховому ринку. За умов досить пасивного прояву інтересу аграріїв до інвестування власних фінансових ресурсів у страховий захист страховикам необхідно їх мотивувати до укладання договорів страхування, використовуючи різноманітні цінові стратегії (табл. 4).

Кожна з представлених цінових стратегій страхової компанії має свої переваги й певні недоліки залежно від поточної кон'юнктури страхового ринку. Використовуючи різні види стратегій, страхові компанії моделюють свої дії щодо потенційних страхувальників, вибору сегмента (класичні види та/або індексні види аграрного страхування) ринку, на якому буде сконцентрована основна увага в наданні страхових

Результати оцінювання факторів впливу на розвиток ринку аграрного страхування за результати SWOT- аналізу

Фактори впливу на стан розвитку ринку аграрного страхування		Сума балів факторів	Вага λ впливу	% впливу
Сильні сторони	Забезпечення еквівалентного розподілу ризиків і відповідальності	1070	0,07	6,8
	Впровадження інноваційних страхових продуктів	955	0,06	6,0
	Формування попиту і пропозиції на ринку аграрного страхування	775	0,05	4,9
	Збалансування страхових інтересів суб'єктів страхового ринку	660	0,04	4,2
Слабкі сторони	Недосконалість нормативно-правового забезпечення	875	0,06	5,5
	Низький рівень платоспроможності аграріїв	1030	0,07	6,5
	Низький рівень розвитку аграрного страхування в Україні	830	0,05	5,3
	Відсутність налагодженого механізму перестраховування	705	0,04	4,5
	Недостатність інформації про переваги наявних страхових послуг у аграріїв	650	0,04	4,1
Можливості	Збільшення обсягів страхового покриття сільськогосподарських ризиків	915	0,06	5,8
	Розвиток сучасної інфраструктури страхового ринку	845	0,05	5,3
	Підвищення якості управління бізнес процесами страховика	470	0,03	3,0
	Здійснення державної підтримки щодо страхування сільськогосподарської продукції	1005	0,06	6,4
	Підвищення платоспроможного попиту аграріїв на страховий захист	1010	0,06	6,4
	Розширення асортименту страхових послуг	470	0,03	3,0
	Здійснення активної маркетингової політики страховика	1005	0,06	6,4
Загрози	Висока ймовірність прояву сільськогосподарських ризиків	505	0,03	3,2
	Низький рівень капіталізації страховиків	845	0,05	5,3
	Недовіра до страхування як інструмента захисту майнових інтересів аграріїв	480	0,03	3,0
	Відсутність висококваліфікованих спеціалістів з аграрного страхування	695	0,04	4,4
Разом		15795	1,00	100,00

Джерело: власні розрахунки.

Таблиця 4

Види цінкових стратегій на ринку аграрного страхування

Вид стратегій	Маркетингова мета	Порівняння переваг і недоліків від застосування цінкових стратегій на ринку аграрного страхування	
		Переваги	Недоліки
Стратегія максимально можливих тарифів	Максимізація прибутку страховика	Створює можливості для отримання страховиком додаткових сум платежів у короткостроковому періоді	Знижує доступність аграріїв до страхового захисту
Стратегія оптимізації співвідношення між ціною та якістю страхових продуктів	Забезпечення відповідності між цінovими та якісними характеристиками страхових продуктів	Сприяє збалансованості страхових інтересів у часі та просторі учасників страхового процесу	Не виявлено
Стратегія диверсифікації страхових тарифів	Створення сприятливих умов для заохочення аграріїв до страхового процесу	Надає можливості страховикам здійснювати гнучке ціноутворення щодо вартості послуг з аграрного страхування	Широка диверсифікація страхових тарифів може загрожувати збалансованості страхового портфеля страховика

Джерело: власні дослідження.

послуг, планування доходів, витрат і прибутків страховика. В основі цінової стратегії мають бути закладені умови реалізації фінансово-економічних інтересів страхувальників, суть яких полягає в одержанні належного рівня страхового захисту та забезпеченні можливості розвитку бізнесу страховою компанією.

Результати SWOT-аналізу ринку аграрного страхування в Україні свідчать про спроможність подолання проблем існуючих загроз за рахунок використання потенційних можливостей розвитку страхових відносин в аграрній сфері. З цією метою відображено взаємозалежні фактори впливу на стан розвитку страхування сільськогосподарської продукції (сильні сторони, можливості, слабкі сторони, загрози), які в поєднанні з різними ціновими стратегіями забезпечать очікуваний результат щодо поступального збалансування фінансово-економічних інтересів між суб'єктами страхового процесу (табл. 5).

Одним із пріоритетів маркетингової політики страховика є забезпечення відповідності між ціновими та якісними характеристиками страхових продуктів. Використання даної цінової стратегії варто роз-

глядати як один із оптимальних варіантів поєднання страхових інтересів суб'єктів ринку. Формуючи оптимальну ціну послуги, страховик повинен надавати якісні страхові послуги з відповідним сервісним обслуговуванням (здійснення андеррайтингових заходів, передстрахове обстеження стану посівних площ на предмет виявлення потенційних ризиків, у разі настання страхового випадку страхових самостійно здійснює й узгоджує зі страхувальником необхідний пакет документів для виплат тощо). Реалізація стратегії оптимізації між ціною та якістю страхових продуктів має базуватися на управлінні бізнес-процесами страховика, формуванні попиту і пропозиції на страхові послуги, розширенні асортименту страхових послуг, забезпеченні еквівалентного розділу ризиків і відповідальності, а також збільшення обсягів страхового покриття сільськогосподарських ризиків, що, своєю чергою, має генерувати процес підвищення загального рівня розвитку аграрного страхування в Україні.

Диверсифікація страхових тарифів використовується страховиком як інструмент мотивування страхувальників до укладання договорів аграрного страхування. Зважаючи на різні фінансово-еконо-

Таблиця 5

Цінові стратегії та очікуваний результат від їх використання на ринку аграрного страхування

Фактори, що визначають сильні сторони та можливості розвитку ринку аграрного страхування	Види цінових стратегій	Фактори, що визначають слабкі сторони розвитку ринку аграрного страхування
Впровадження інноваційних страхових продуктів	Максимально можливі тарифи	Висока ймовірність прояву сільськогосподарських ризиків
Очікуваний результат: нейтралізація сільськогосподарських ризиків, використовуючи інструменти страхування та перестрахування		
Підвищення якості управління бізнес-процесами страховика	Оптимізація між ціною та якісними характеристиками страхових продуктів	Низький рівень розвитку аграрного страхування в Україні
Формування попиту і пропозиції на ринку аграрного страхування		
Здійснення державної підтримки щодо страхування сільськогосподарської продукції		
Забезпечення еквівалентного розподілу ризиків і відповідальності		
Збільшення обсягів страхового покриття сільськогосподарських ризиків		
Очікуваний результат: широке використання аграрного страхування як інструмента протидії потенційним ризикам; здійснення первинного та вторинного розподілу ризиків між суб'єктами страхового ринку; підвищення фінансово-економічної спроможності страхових компаній щодо виконання ними своїх зобов'язань за договорами аграрного страхування		
Розширення асортименту страхових послуг	Диверсифікації страхових тарифів	Низький рівень платоспроможності аграріїв
Очікуваний результат: розширення страхового покриття та надання максимального спектру страхових послуг аграріям незалежно від їх фінансово-економічного стану		

Джерело: власні дослідження.

мічні можливості участі аграріїв у покритті сільськогосподарських ризиків, постає необхідність у застосуванні різноманітних підходів до ціноутворення на страхові послуги. Проте необхідно зазначити, що широка диверсифікація страхових тарифів може негативно позначитися на якості страхового портфеля страховика. У рамках реалізації даної стратегії перед страховиком постають два взаємозв'язані завдання: *по-перше*, вартість страхових послуг має бути доступною для широкого кола аграріїв; *по-друге*, сума отриманих платежів має бути достатньою для здійснення майбутніх страхових виплат.

Поряд з ціновими стратегіями сучасні умови ринку вимагають від страхових компаній здійснення збутової політики, спрямованої на використання доступних каналів реалізації страхових послуг, а також забезпечення інформаційно-комунікаційного супроводу даного процесу. Функціонування ринку аграрного страхування потребує використання інноваційних каналів збуту, які, на переконання Т. Дишканта, повинні задовольняти сучасні потреби страхувальників, відрізнятися та бути цікавими для достатньо великої кількості споживачів, бути простими і зручними у продажі, мати конкурентні переваги, відрізнятися сервісом та високою якістю тощо [3, с. 25]. Процес купівлі-продажу страхових продуктів може здійснюватися через три основні канали продажу: прямий (безпосередній); за допомогою страхових посередників та використовуючи альтернативні інструменти страхового маркетингу. Урізноманітнення каналів збуту створює додаткові можливості для просування страхових продуктів та позиціонування страхових компаній на ринку.

За даними Інтернет-асоціації *Semantrum*, на початок 2017 р. користувачами всесвітньої мережі в Україні було 21,6 млн осіб, водночас рівень охоплення глобальною мережею зв'язку склав 64,8%. На жителів сільської місцевості припадає 27% користувачів, проте його проникнення в селах дещо нижче, ніж у містах, і становить лише 53,0%, але даний сегмент користувачів у найближчі роки буде лише зростати [4]. Надані дані дозволяють стверджувати, що завдяки використанню електронного документообігу перед страховими компаніями з'являються нові можливості для стимулювання збуту, просування страхових послуг і позиціонування.

Практика функціонування страхових відносин в аграрній сфері засвідчує, що за останні роки серед вітчизняних страхових компаній розширення каналів збуту наявних послуг активно використовують ПАТ «Аграрний фонд» та ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України». Їх частка в загальному обсязі страхування сільськогосподарської продукції у 2016 р. складала щодо: кількості договорів – 32,9%; застрахованих площ – 25,5%; ліміту страхової відповідальності – 33,9%; страхових премій – 44,7%

і сум страхових виплат – 39,0%. [5]. Зазначені аграрні інституції у страховому процесі виступають вигодонабувачами, тобто утримувачами відшкодувань у разі настання страхової події.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного SWOT-аналізу ринку аграрного страхування в Україні можна стверджувати про наявність спільних фінансово-економічних інтересів суб'єктів (страховиків і страхувальників) у формуванні взаємовигідних страхових відносин у сільській місцевості. Реалізація зазначених інтересів можлива за умов формування та використання цінових стратегій на страховому ринку. Альтернативність представлених стратегій надає можливість страховим компаніям варіювати страховими тарифами залежно від попиту та пропозиції на страхові послуги.

На підставі проведених досліджень сформовано авторське бачення цінових стратегій як основи для мотивування та розвитку страхування сільськогосподарських ризиків. Акцентовано увагу на необхідності здійснення збутової політики, що потребує від компаній раціонального поєднання та використання різноманітних маркетингових комунікацій, орієнтованих на максимальне збалансування страхових інтересів учасників ринку аграрного страхування. Від ступеня досягнення довіри, інформаційної обізнаності, узгодженості фінансово-економічних протиріч, професійної компетентності суб'єктів багато в чому залежить процес взаємовигідного розподілу сільськогосподарських ризиків, використовуючи механізм страхування. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Горбулін В. П., Качинський А. Б. Стратегічне планування: вирішення проблем національної безпеки: монографія. Київ: НІСД, 2010. 288 с.
2. Грабовецький Б. Є. Методи експертних оцінок: теорія, методологія, напрями використання: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2010. 171 с.
3. Дишкант Т. Сочетание объема и качества. *Страховое ревю*. 1998. № 1. С. 23–27.
4. Медіа-аналіз TV, радіо, друкованих видань, інтернет, 3MI, соцмережі. URL: <https://promo.semantrum.net/uk/golovna> (дата звернення: 12.05.2018 р.).
5. Ринок агрострахування України у 2014–2016 андеррайтинговому роках. Аналітичне дослідження. *Финансовые услуги*. 2016. № 3-4. С. 8–14.
6. Слободянюк О. В. Зарубіжний досвід аграрного страхування: рекомендації для України. *Агросвіт*. 2016. № 24. С. 27–33.
7. Стратегія розвитку страхового ринку України на 2012–2021 рр. / Українська федерація ubezpieczenia. URL: http://ufu.org.ua/ua/about/activities/strategic_initiatives/5257 (дата звернення: 15.10.2018 р.).
8. Фурман В. М. Основні напрями організації стратегічного управління в страхових компаніях. *Економіка і прогнозування*. 2004. № 5. С. 49–60.

9. «4P» маркетингу страхових компаній : монографія / Козьменко О. В., Козьменко С. М., Васильєва Т. А. та ін. Суми : Університетська книга, 2014. 432 с.

10. **Kenneth R. Andrews**, Harvard Business School Professor and Father of Corporate Strategy, Dead at 89. HBS Press Release. September 12, 2005. URL: <http://www.harbus.org/2005/kenneth-r-andrews-hbs-3270/>

REFERENCES

Horbulin, V. P., and Kachynskyi, A. B. *Stratehichne planuvannia: vyrishennia problem natsionalnoi bezpeky* [Strategic planning: solving national security problems]. Kyiv: NISD, 2010.

Hrabovetskyi, B. Ye. *Metody ekspertnykh otsinok: teoriia, metodolohiia, napriamy vykorystannia* [Methods of expert evaluations: theory, methodology, directions of use]. Vinnytsia: VNTU, 2010.

Dishkant, T. "Sochetaniye obema i kachestva" [The combination of volume and quality]. *Strakhovoye revyu*, no. 1 (1998): 23-27.

"Media-analiz TV, radio, drukovanykh vydan, internet, ZMI, sotsmerezhi" [Media analysis of TV, radio, print media, internet, media, social networks]. <https://promo.semantrum.net/uk/golovna>

"Rynok ahrostrakhuvannia Ukrainy u 2014-2016 anderaitynhovomu rokakh. Analitychne doslidzhennia" [Ukrainian agribusiness market in 2014-2016 underwriting years. Analytical study]. *Fynansovyye uslugi*, no. 3-4 (2016): 8-14.

Slobodianiuk, O. V. "Zarubizhnyi dosvid aharnoho strakhuvannia: rekomendatsii dlia Ukrainy" [Foreign experience of agrarian insurance: recommendations for Ukraine]. *Ahrosvit*, no. 24 (2016): 27-33.

"Stratehiia rozvytku strakhovoho rynku Ukrainy na 2012-2021 rr." [Strategy of development of the insurance market of Ukraine for 2012-2021]. *Ukrainska federatsiia ubezpechennia*. http://ufu.org.ua/ua/about/activities/strategic_initiatives/5257

Furman, V. M. "Osnovni napriamy orhanizatsii stratehichnoho upravlinnia v strakhovykh kompaniiakh" [Main directions of organization of strategic management in insurance companies]. *Ekonomika i prohnozuvannia*, no. 5 (2004): 49-60.

Kozmenko, O. V. et al. «4P» *marketynhu strakhovykh kompanii* ["4P" marketing insurance companies]. Sumy: Universtyetska knyha, 2014.

Kenneth, R. "Andrews, Harvard Business School Professor and Father of Corporate Strategy, Dead at 89". HBS Press Release. 2005. <http://www.harbus.org/2005/kenneth-r-andrews-hbs-3270/>