

Проведені вибіркові обстеження аспірантів і студентів магістерської програми «Фінанси, банківська справа та страхування» засвідчили, що респонденти вважають, що людину робить гарним співрозмовником поєднання вмінь говорити і слухати (85,7%), при цьому більшість при інтерв'юванні наголошувала пріоритетність уміння слухати. 92,3% дівчат та 87,5% юнаків надають перевагу рефлексивному слуханню. Більшість респондентів залишаються в цілому нейтральними (66,7%) при використанні термінів, слів, незрозумілих співрозмовнику. При цьому, 12% юнаків відчувають свою перевагу, а 16,7% дівчат – роздратування співрозмовника [1, с. 26].

Лева частка всіх респондентів (75,0%) зазначали, що піддаються маніпулюванню. Основними слабостями співрозмовника, які респонденти використовують для прихованого управління, дівчата назвали нерішучість (84,0%) і прагнення гострих відчуттів (80,0%); юнаки – нерішучість (82,6%), прагнення гострих відчуттів (87,0%) і жадібність (73,9%) [2, с. 18]. Для досягнення своїх інтересів у міжособистісному спілкуванні респонденти-дівчата найчастіше дотримуються стратегії пасивного маніпулятора (76,0%), а респонденти-юнаки – активного маніпулятора (69,6%) [2, с. 20].

В процесі опитування 89,1% респондентів зазначили, що в діловому спілкуванні не слід бути завжди максимально серйозним, і 87,0% – що гумор під час спілкування полегшує взаєморозуміння. Респонденти-дівчата вважають, що при ділових контактах краще враховувати ситуацію і діяти відповідно до неї (64,3%). Як дівчата, так і юнаки звертають особливу увагу на необхідність відкритості при спілкуванні [3, с. 15].

Американський педагог та письменник Дейл Карнегі сформулював шість правил, виконання яких допомагає прихилити до себе людей і вплинути на їхню поведінку [4]:

1. виявляйте щирий інтерес до людей.
2. Усміхайтесь!
3. Не забувайте, що для людини її ім'я звучить найсолодше і найвагомніше будь-якою мовою.
4. Будьте уважним слухачем. Спонукайте інших говорити про них самих.
5. Ведіть бесіду в руслі зацікавлень вашого співрозмовника.
6. Допомагайте людям реалізувати прагнення їхньої власної значущості та робіть це щиро.

Враховуачи наведені прийоми і методи впливу на співрозмовника в процесі спілкування, методи переконання ділових партнерів, а також відповіді респондентів за результатами вибірових обстежень можна досягти успіхів у діловому спілкуванні та налагодженні професійних відносин.

#### *Список використаних джерел:*

1. Галицька Е., Донкоглова Н. Основні методи та прийоми впливу на співрозмовника в процесі спілкування. – 2012. – С. 23-27.
2. Галицька Е., Донкоглова Н. Оцінювання впливу маніпулювання на студентське середовище. – 2014. – С. 18-20.
3. Галицька Е., Донкоглова Н. Імідж ділової людини та чинники впливу на його формування. – 2011. – С. 12-16.
4. Карнегі Д. Як завойовувати друзів та впливати на людей – Харків: КЗ Промінь, 2001. – 560 с.
5. Ломачинська І.М. Професійна етика: навч. посіб. Для дистанційного навчання / За наук. ред. В.І. Ярошовця. – К.: Університет «Україна», 2005. – 227 с.
6. Шейнов В.П. Искусство управлять людьми / В.П. Шейнов. – Мн.: Харвест, 2004. – 512 с.

**Галицька Е.В.,**

*Професор кафедри фінансів НаУКМА,*

**Лях І.В.,**

*Студентка 2 р.н. магістерської програми, НаУКМА*

## **МЕТОД ЕКСПЕРТНИХ ОЦІНОК В АНАЛІЗІ РОЗВИТКУ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ**

Необхідність мінімізації ризиків, що притаманні страховій діяльності актуалізує потребу комплексного аналізу об'єктивних причин та суб'єктивних передумов їх формування та впливу.

Серед широкого загалу методів такого аналізу останнім часом все більшу увагу приділяють методу експертного оцінювання. Його застосовують для аналізу у випадках, коли немає достатньої інформації для дослідження того чи іншого економічного явища, процесу, і виявлення факторів, що викликали відхилення.

Для одержання найбільш якісних експертних оцінок до участі в експертизі залучають спеціалістів, які мають високий професійний рівень і практичний досвід з тієї чи іншої проблеми і можуть адекватно відобразити тенденції розвитку економічного явища чи процесу, що аналізуються. Інколи для експертних оцінок застосовують анкетування, на базі якого оцінюється фактичний стан досліджуваного економічного об'єкта і дається прогноз на майбутнє. Процедури експертного оцінювання ринку страхових послуг аналогічні до процедур будь-якого оцінювання, а також до проведення соціально-психологічних, психологічних, психолого-педагогічних, соціологічних досліджень.

Експертне опитування для характеристики стану і розвитку ринку страхових послуг слід проводити в декілька етапів [2, 3, 4]:

- ✓ визначення цілей і завдань опитування;
- ✓ розроблення програми (плану роботи);
- ✓ формулювання питань і складання анкети;
- ✓ розроблення правил визначення сумарних оцінок на основі оцінок окремих експертів;
- ✓ добір виконавців, спеціалістів-експертів та їх інструктаж;
- ✓ збір, обробки, систематизація, первісний аналіз інформації;
- ✓ узагальнення підсумкової інформації та її аналіз;
- ✓ розроблення пропозицій на основі отриманих результатів.

Серед питань анкети, на основі якої рекомендується здійснення опитування експертів, можна виділити наступні:

Використовуючи шкалу, оцініть, будь-ласка:

Оцінка	Висока	Вища за середній	Середня	Нижча за середній	Низька
Бали	5	4	3	2	1

1. Рівень розвитку ринку страхових послуг в Україні за сучасних умов.

2. Ступінь впливу сучасних кризових явищ в економіці на стан ринку страхових послуг в Україні.

3. Ступінь важливості факторів впливу на подальший розвиток ринку страхових послуг:

- внутрішні фінансові фактори (прибутковість, ліквідність, платоспроможність компаній тощо);
- внутрішні нефінансові фактори (імідж страхових компаній на загальній арені, корпоративна відповідальність, прозорість роботи тощо);
- зовнішні фактори економічного характеру (інфляційні процеси, добробут населення, тенденції світового страхування);
- зовнішні фактори неекономічного характеру (довіра до страхової галузі, очікування населення тощо).

4. Впливовість показників страхових організацій на вибір їх страхувальниками:

- обсяг страхових премій та виплат;
- страхові активи компанії;
- страхові резерви (технічні та страхування життя);
- місце в рейтингах економічних видань;
- рівень страхових виплат;
- оцінка розміщення коштів технічних резервів та резервів зі страхування життя

5. Можливість українського ринку досягти світових стандартів (60-70%) рівня страхових виплат.

Узагальнення результатів експертного опитування можна проводити з урахуванням ступеня компетентності експертів за формулою середньої арифметичної зваженої, а також за формулою середньої арифметичної простої [1, с. 14; 2, с. 131].

Підсумовуючи, зазначимо, що експертне опитування дало можливість стверджувати, що загалом страхова діяльність України схильна до позитивних тенденцій розвитку, але значний вплив на це мають як зовнішні фактори (незалежні від діяльності страхових компаній), так і

внутрішні (показники самої діяльності страховиків). Тож при визначенні основних напрямів покращення сучасних тенденцій треба брати до уваги всі чинники в сукупності.

*Список використаних джерел:*

1. Єріна А.М. Статистичне моделювання та прогнозування: Навч. Посібник. – К.: КНЕУ, 2001. – 170 с.
2. Ковтун Н.В. Статистичне дослідження інвестиційного процесу та інвестиційної діяльності: теорія, методологія, практика. – Київ: ПВД ТОВ «Імекс-ЛТД», 2005. – 420 с.
3. Ковтун Н. В., Галицька Е. В. Теорія статистики: підручник // К.: ВПЦ «Київський університет». – 2008. – 336 с.
4. Семіколенова С.В. «Застосування методів експертного опитування в аналізі стану та розвитку готельного господарства» // Наукові записки Національного університету «Києво-Могилянська академія». Економічні науки. – Том 94. –2009. – С.82- 85.

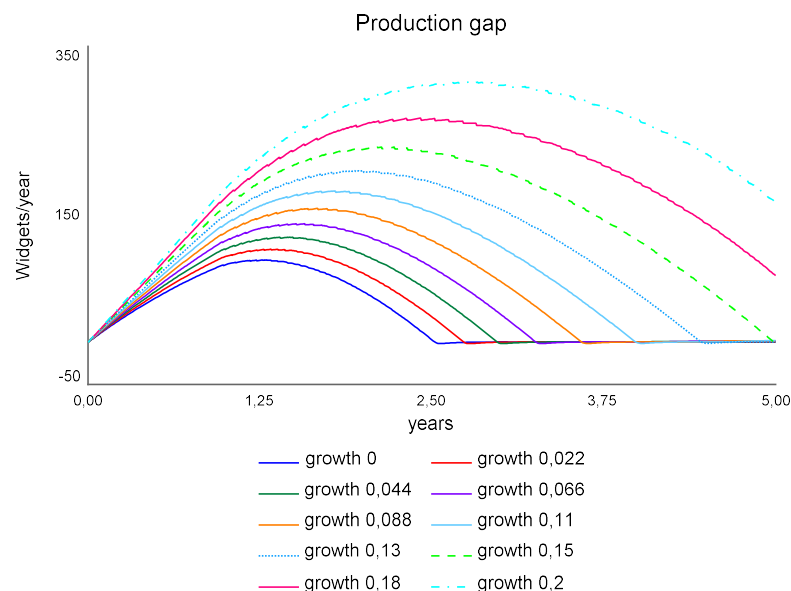
**Hlazunov Anatoliy**  
4<sup>th</sup> year Student, NaUKMA

## **BUSINESS DEVELOPMENT IN RAPIDLY GROWING MARKET: SYSTEM DYNAMICS METHODOLOGY**

In the modern world, markets are growing very rapidly. This process creates a significant problem for most of the companies because they need to adjust their production to sales in order to improve their performance. “The increase in size or sales observed within a given consumer group over a specified time frame. When the management of a business is reviewing the success of a product, it needs to deduct the overall market growth rate from the observed product sales growth.”

Market size has the following definition: “The number of individuals in a certain market who are potential buyers and/or sellers of a product or service. Companies are interested in knowing the market size before launching a new product or service in an area.”[1].

In another case, they will just lose the money if they do nothing. The purpose of every business is maximizing profits and minimizing the costs. Also, there are a lot of limitations that are making the goal of adjusting production even more difficult. For maximizing our sales we need to adjust production to the level of needed sales. That’s why the problem of the model is a gap between desired production and production and this problem is caused by the rapidly growing market.



**Graph 1. Production gap development in sensitivity analysis**

For increasing production company has to raise production capacity or capacity but in the case when capacity is already in a maximum, the company is rising production capacity in a way of increasing number of workers or productivity. The number of workers could be raised only due to the budget for the workforce but there will be a point when the present level of capital could not afford