

# СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ: КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ СПОЖИВЧОГО СПРИЙНЯТТЯ

© 2014 **ВИНОХОДОВА С. Г., ДОЛГОВА О. О.**

УДК 368.914(477)

**Виноходова С. Г., Долгова О. О. Сучасні інструменти пенсійного забезпечення:  
компаративний аналіз споживчого сприйняття**

Стаття присвячена проведенню компаративного аналізу сприйняття послуг НПФ та інших інструментів пенсійного забезпечення (як фінансової, так і нефінансової природи) майбутніми українськими пенсіонерами. Для вирішення завдань дослідження застосовано широковідомий методичний інструментарій – побудова карт сприйняття пенсійних продуктів за допомогою методу багатомірного шкалювання. За результатами дослідження виділено відносно однорідні за сприйняттям альтернативи пенсійного забезпечення, зокрема: популярні в українців і перевірені часом готівкові накопичення, традиційні малоризикові інструменти інвестування (дорогоцінні метали, нерухомість, земельна ділянка тощо), а також складні для сприйняття фінансові інструменти, що викликають недовіру потенційних споживачів – програми накопичувального страхування та послуги НПФ. Проведений аналіз дозволив сформувати узагальнену модель когнітивного сприйняття послуг НПФ їх потенційними споживачами в Україні. Результати проведеного аналізу будуть використані для розробки ефективної стратегії позиціонування послуг НПФ в Україні та формування конкретного плану ринкових заходів щодо її реалізації.

**Ключові слова:** пенсійне забезпечення, недержавний пенсійний фонд, пенсійний ринок, компаративний аналіз, споживче сприйняття, позиціонування.

**Рис.: 2. Табл.: 1. Бібл.: 16.**

**Виноходова Світлана Григорівна** – кандидат економічних наук, доцент, кафедра маркетингу, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана (пр. Перемоги, 54/1, Київ, 03068, Україна)

**E-mail:** svetlana@imark.com.ua

**Долгова Олена Олександрівна** – старший викладач, кафедра фінансів, Київський національний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

**E-mail:** dolgova\_elena@ukr.net

УДК 368.914(477)

**Виноходова С. Г., Долгова Е. А. Современные инструменты  
пенсионного обеспечения: компаративный анализ  
потребительского восприятия**

Статья посвящена проведению компаративного анализа восприятия услуг НПФ и других инструментов пенсионного обеспечения будущими украинскими пенсионерами. Рассмотрены пенсионные инструменты как финансовой, так и нефинансовой природы. Для решения задач исследования использован широкоизвестный методический инструментарий – построение карт восприятия для альтернатив пенсионного обеспечения с помощью метода многомерного шкалирования. По результатам исследования выделены относительно однородные по восприятию альтернативы пенсионного обеспечения, в частности: популярные среди украинцев наличные накопления, традиционные малорисковые инструменты инвестирования (драгоценные металлы, недвижимость, земельный участок и т. д.), а также сложные для восприятия финансовые инструменты, которые вызывают наибольшее недоверие потенциальных потребителей – программы накопительного страхования и услуги негосударственных пенсионных фондов. Проведенный анализ позволил сформировать обобщенную модель когнитивного восприятия услуг НПФ их потенциальными потребителями в Украине. Результаты проведенного анализа будут использованы для разработки эффективной стратегии позиционирования услуг НПФ на национальном рынке финансовых услуг, а также для формирования конкретного плана рыночных мероприятий по ее реализации.

**Ключевые слова:** пенсионное обеспечение, негосударственный пенсионный фонд, пенсионный рынок, компаративный анализ, потребительское восприятие, позиционирование.

**Рис.: 2. Табл.: 1. Библ.: 16.**

**Виноходова Светлана Григорьевна** – кандидат экономических наук, доцент, кафедра маркетинга, Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана (пр. Победы, 54/1, Киев, 03068, Украина)

**E-mail:** svetlana@imark.com.ua

**Долгова Елена Александровна** – старший преподаватель, кафедра финансов, Киевский национальный торгово-экономический университет (ул. Кіото, 19, Киев, 02156, Украина)

**E-mail:** dolgova\_elena@ukr.net

UDC 368.914(477)

**Vynokhodova S. G., Dolgova O. O. Modern Pension Providing Tools:  
a Comparative Analysis of Consumer Perception**

The article is devoted to carrying out a comparative analysis of the perception of services and other tools of NPF (of financial and non-financial origin) to future Ukrainian pensioners. Retirement tools of both financial and non-financial nature were considered. To solve the problems of research the well-known methodological tools were used – mapping the perception of alternatives to pensions by the method of multidimensional scaling. According to the survey the relatively homogeneous perception of alternative to pension provision were highlighted, particularly popular among Ukrainians cash accumulation, traditional low risk investment instruments (precious metals, real estate, land, and so on), as well as complex for perception financial instruments that cause the greatest discredit of potential customers – the programs of insurance savings and services of non-state private pension funds. The analysis allowed to form a generalized model of the cognitive perception of NPF services by their potential consumers in Ukraine. The results of the analysis will be used to develop an effective strategy for positioning of NPF services on the national market of financial services, as well as for the formation of a specific market plan for its implementation.

**Key words:** pension, pension fund, pension market, comparative analysis, consumer perception, positioning.

**Pic.: 2. Tabl.: 1. Bibl.: 16.**

**Vynokhodova Svitlana G.** – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of marketing, Kyiv National Economic University named after V. Getman (pr. Peremogy, 54/1, Kyiv, 03068, Ukraine)

**E-mail:** svetlana@imark.com.ua

**Dolgova Olena O.** – Senior Lecturer, Department of Finance, Kyiv National University of Trade and Economy (vul. Kioto, 19, Kyiv, 02156, Ukraine)

**E-mail:** dolgova\_elena@ukr.net

За 10 років, що минули від початку реформування пенсійної системи України, послуги добровільного, або недержавного, пенсійного забезпечення усе ще не набули популярності серед населення [1]. На сьогодні доведено, що недостатній попит на них зумовлений відносно низькою платоспроможністю українців [2], а також недостатнім рівнем розуміння сутності цих послуг і недовірою до суб'єктів їх надання [3].

Низка зарубіжних і вітчизняних досліджень доводять, що усунення інформаційно-психологічних бар'єрів у сприйнятті послуг НПФ дозволяє підвищити їх популярність і, як наслідок, обсяги споживання навіть за недостатнього рівня платоспроможності населення [4; 5; 6]. Першочерговими умовами для усунення таких бар'єрів уявляються:

- ✦ виділення цільової аудиторії потенційних споживачів [7, с. 33], на співпраці з якою мають бути сконцентровані першочергові зусилля операторів ринку недержавних пенсійних послуг;
- ✦ визначення основних мотиваційних чинників, що сприяють або перешкоджають користуванню послугами НПФ у виділеній аудиторії;
- ✦ розробка та імплементація плану заходів щодо усунення бар'єрів користування послугами НПФ, які виявлені в результаті дослідження. Серед цих заходів, зокрема, має передбачатися проведення цільових комунікаційних кампаній, спрямованих на ефективне позиціонування послуг НПФ [8].

Під ефективним позиціонуванням розуміється переконлива демонстрація такого іміджу і таких переваг користування послугами НПФ, які виявляються значущими для представників цільової аудиторії при прийнятті ними рішення щодо вибору конкретного варіанта пенсійного забезпечення. Це заходи, які дозволять усунути інформаційно-психологічні бар'єри у сприйнятті послуг недержавного пенсійного забезпечення та сформулюють позитивну мотивацію щодо їх подальшого використання.

Цілком логічно, що для розробки та впровадження ефективних заходів з позиціонування послуг НПФ має бути визначене їх поточне сприйняття потенційними споживачами. При цьому таке сприйняття має визначатися не відокремлено, а у порівнянні із сприйняттям інших альтернатив пенсійного накопичення, у т. ч. нефінансової природи. Такий аналіз дозволить визначити критерії, за якими потенційні користувачі послуг порівнюють «пенсійні продукти» між собою, і зрозуміти, через які саме причини вони віддають перевагу тій чи іншій альтернативі забезпечення гідної старості.

У поточний момент існує певне коло досліджень, що присвячені визначенню бар'єрів і мотивацій споживання послуг НПФ їх потенційними користувачами. Переважно, це дослідження зарубіжних авторів для географічно близьких пенсійних ринків [9; 10]. Такі дослідження носять суто емпіричний характер, відтак, їх результати демонструють пряму залежність від параметрів функціонування конкретного національного ринку пенсійних послуг. Тому висновки подібних досліджень є цілком придатними для застосування в українських реаліях.

Щодо вітчизняних досліджень, то вони представлені поодинокими працями, серед яких, на нашу думку, особливої уваги заслуговують публікації А. П. Якимової [6; 11]. Також у відкритому доступі наявні результати загальнонаціональних опитувань майбутніх пенсіонерів і користувачів пенсійних послуг. Ці опитування проводяться, зокрема,

у межах міжнародних проектів розвитку ринку капіталу і виконуються незалежними маркетинговими агенціями – «GfK Ukraine» тощо [12]. Їх мета – з'ясувати узагальнене сприйняття різних пенсійних альтернатив широкими верствами населення, а також визначити ставлення українців до впровадження пенсійної реформи.

На нашу думку, результати зазначених досліджень не є достатньо репрезентативними ані для проведення компаративного аналізу сприйняття пенсійних альтернатив українцями, ані для подальшого вирішення практичних завдань з розробки стратегії ефективного позиціонування послуг НПФ. Вони не пояснюють причин відмови від користування недержавними пенсійними послугами; не акцентують увагу на критеріях, за якими майбутні пенсіонери порівнюють пенсійні альтернативи.

Таким чином, визначення та оцінка критеріїв (атрибутив), у площині яких споживачі здійснюють вибір на користь чи відмову від певного інструменту пенсійного накопичення – «пенсійного продукту», залишаються поза увагою вітчизняних науковців і практиків. Поза увагою дослідників також залишаються варіанти пенсійного забезпечення, що мають нефінансову природу – наприклад, інвестиції в купівлю нерухомості (для подальшого отримання рентних платежів), або інвестиції в освіту дітей (з розрахунком на отримання фінансової допомоги від нащадків у похилому віці). При цьому в усіх дослідженнях робиться акцент на тому, що саме нефінансові інструменти пенсійного накопичення є найбільш популярними в Україні.

Відповідно, метою даної статті є проведення компаративного аналізу сприйняття послуг НПФ та інших інструментів пенсійного забезпечення (як фінансової, так і нефінансової природи) майбутніми українськими пенсіонерами. Очікується, що проведення цього аналізу дозволить сформувати узагальнену модель когнітивного сприйняття послуг НПФ потенційними споживачами такої послуги в Україні.

Для досягнення мети дослідження застосовано поширений методичний інструмент – побудову карт сприйняття [13] за допомогою методу багатомірного шкалювання.

Відомо, що сприймані (психологічні) взаємозв'язки між об'єктами можуть бути представлені у вигляді геометричних зв'язків між точками в багатовимірному просторі. Ці геометричні уявлення зазвичай називають просторовими картами сприйняття. Вісі координат на просторовій карті сприйняття відповідають основним характеристикам (критеріям, властивостям, атрибутам), якими користуються респонденти при описі свого ставлення або сприйняття певних об'єктів. Багатовимірне шкалювання зазвичай використовують для побудови карт сприйняття з такими цілями:

- ✦ щоб визначити кількість і природу вимірників, які використовують споживачі, при формуванні ставлення до продуктів і послуг, а також торгових марок на ринку;
- ✦ щоб визначити поточне позиціонування наявних торгових марок та ідеальних споживчих торгових марок за цими вимірниками.

Варто зазначити, що, незважаючи на поширене використання даного методу, побудова карт сприйняття для позиціонування послуг НПФ є нетривіальним і складним завданням. Справа у тому, що використання карт сприйняття є поширеним для ринків масових продуктів і послуг. Карти сприйняття зазвичай використовуються для аналізу відмінностей між популярними брендами або продуктами, і ці від-

мінності вимірюються за вже відомими і цілком зрозумілими критеріями (ціна, якість, свіжість тощо). У такому випадку карти будуються за так званим композиційним підходом:

- ✦ проводиться кількісне дослідження респондентів (анкетування, опитування тощо), під час якого їм пропонується оцінити певні продукти на відповідність заздалегідь визначеним критеріям. Також респондентів пропонується оцінити значущість кожного з критеріїв, за якими порівнюються продукти, під час здійснення ним свого вибору;
- ✦ найбільш значущі критерії порівняння трансформуються у вісі координат, або шкали виміру. Деякі критерії можуть агрегуватися в синтетичну шкалу, або вісь, та отримувати при цьому нову, більш складну інтерпретацію (наприклад «зручність споживання»);
- ✦ згадані вісі формують геометричний простір карти, у межах якого здійснюється порівняння конкретних об'єктів аналізу – брендів або продуктів.

Під час побудови карти сприйняття за композиційним підходом саме критерії порівняння виступають первинними об'єктами, а продукти, що порівнюються – вторинними.

У даному дослідженні побудова карти проводиться для альтернатив пенсійного накопичення, цінність та актуальність яких недостатньо усвідомлюється майбутніми пенсіонерами. Низький рівень «пенсійної свідомості» українців зумовлює цілковиту невизначеність ситуації: невідомо, у якій площині та за якими критеріями майбутні пенсіонери оцінюють пенсійні альтернативи та порівнюють їх між собою. У такому випадку вісі координат, сформовані за певними характеристиками, не можуть стати первинними об'єктами для побудови карти сприйняття. Відтак, першочергове завдання дослідження полягає у виявленні цих критеріїв – для розуміння мотиваційного поля аудиторії, її потреб, тобто для виявлення тих чинників, що впливають на прийняття рішення щодо використання певного «пенсійного продукту».

Вирішити таке завдання можна, якщо використати так званий декомпозиційний підхід при побудові карти сприйняття. При його застосуванні:

- ✦ респондентам пропонується визначити ступінь близькості (схожості) між різними продуктами або брендами. При цьому вони керуються лише власними міркуваннями, а не заздалегідь запропонованими для оцінки критеріями порівняння. Для оцінки ступеню схожості (близькості) може бути використана порядкова шкала – наприклад, шкала Лайкерта [14];
- ✦ вимірюється різниця між сприйняттям окремих пенсійних альтернатив. Математично і графічно вона може бути виражена як взаємне розташування та умовні відстані між різними пенсійними альтернативами на карті сприйняття;
- ✦ продукти, що порівнюються, та їх взаємне розташування стають первинними об'єктами при побудові карти. А оскільки з певними продуктами асоціюються певні характеристики їх сприйняття, то після побудови взаємного розташування продуктів визначається і площа для їх порівняння – інтерпретуються критерії, або вісі координат на отриманій карті сприйняття.

Як видно, кожен з представлених методів побудови карти сприйняття має свої переваги і недоліки в контексті визначених цілей даного дослідження.

З одного боку, метод декомпозиції має ключову перевагу – він дозволяє отримати «чисте» сприйняття пенсійних альтернатив майбутніми пенсіонерами, що заздалегідь не обмежене заданими атрибутами чи критеріями їх порівняння.

Водночас, використання декомпозиційного підходу для побудови карти сприйняття вимагає подальшої якісної інтерпретації та обробки результатів, отриманих методом декомпозиції. Карта, яка отримується з використанням лише методу декомпозиції – це абстрактний простір, в якому точки (пенсійні альтернативи) розташовані на певній відстані одна від одної. Цей простір не охарактеризований конкретними атрибутами, споживчими характеристиками проаналізованих «пенсійних продуктів».

На нашу думку, у даному випадку оптимальним є комплексне використання композиційного та декомпозиційного підходів при побудові такої карти. Методологічні вимоги, у свою чергу, обумовлюють вибір конкретних методів і формату проведення емпіричного дослідження (рис. 1).

Загальна логіка запропонованого дослідження може бути охарактеризована таким чином.

Перш за все, було сформовано вибірку з аудиторії потенційних споживачів послуг НПФ – відповідно до критеріїв сегментації, представлених у попередніх дослідженнях авторів. Це жителі міст-мільйонників, віком від 25 до 50 років, з вищою та неповною вищою освітою, рівнем доходу від 8 тис. грн на 1 особу в домогосподарствах, гендерні відмінності при цьому не мали значення, і розподіл жінок та чоловіків представлений за загальнонаціональною пропорцією – 54 % та 46 % відповідно [15].

За результатами першого етапу – проведення фокус-групи за участі 11 майбутніх пенсіонерів – до процедури порівняння були включені такі інструменти пенсійного забезпечення, або пенсійні продукти (табл. 1).

Під час порівняння пенсійних альтернатив на етапі проведення фокус-груп респондент надавав лише оцінку ступеню близькості або різниці між певними пенсійними альтернативами, що цілком відповідає декомпозиційному підходу до побудови карт сприйняття.

Потім, за результатами проведення фокус-групи та глибоких інтерв'ю з їх учасниками, були сформовані 13 тверджень, за якими насправді порівнювали пенсійні альтернативи учасники дослідження. Вони дозволяють оцінити кожен пенсійну альтернативу, зокрема, за такими критеріями:

- ✦ джерело основного чи додаткового доходу у похилому віці;
- ✦ необхідність відмови від поточного споживання на користь накопичення;
- ✦ здатність продукту бути використаним не лише для пенсійного накопичення, але й для накопичення на інші цілі;
- ✦ можливість отримання доходу і на пенсії, і протягом накопичення;
- ✦ здатність продукту забезпечити власникові достатній контроль за процесом накопичення чи інвестування тощо.

Сформовані твердження, що характеризують пенсійні альтернативи, були зведені в анкету, яка використана для отримання даних для другого етапу моделювання.





Рис. 1. Компаративний аналіз сприйняття «пенсійних продуктів»: методика дослідження

Таблиця 1

Інструменти пенсійного забезпечення, включені до компаративного аналізу

Пенсійний продукт	Опис
Державна пенсія	Пенсійне забезпечення для працюючих
Накопичення у гривні	Накопичення в різних видах валюти (національна та вільно конвертована іноземна) сприймаються українцями як інструменти, що мають різну ризикованість і застосовуються для різних цілей. Накопичення у валюті частіше використовують для довготермінового накопичення
Накопичення в іноземній валюті	
Банківський депозит у гривні, доларі, металах	Банківський депозит, незалежно від типу, сприймається як єдиний відокремлений інструмент, принципово відмінністю якого є довіра власних накопичень банку
Накопичувальне страхування	Відомі лише 6-м з 11-ти учасників фокус-групи. Відтак, для другого етапу дослідження існує ризик необ'єктивності результатів: завищення обізнаності респондентів з пенсійними продуктами фінансової природи. Респонденти можуть демонструвати «схвальну поведінку» (хочуть здаватися більш фінансово досвідченими, ніж є насправді)
Послуги НПФ	
Дорогоцінні метали	Є групою так званих «консервативних» інструментів накопичення, при цьому як можливий пенсійний продукт згадувалися 9 із 11 учасників фокус-групи
Нерухомість	
Земельна ділянка	
Інвестиції у власну справу	Основні «продукти», що асоціюються із здатністю забезпечити достатній рівень доходу в похилому віці
Додаткова робота у пенсійному віці	
Інвестиції в освіту дітей	Згадувалися 4 із 11 учасників фокус-групи. Для цього «пенсійного продукту» більш характерні надії, ніж реальні очікування респондентів, і його включення до дослідження може дещо спотворювати загальну розстановку пенсійних «продуктів» на карті сприйняття

Інформаційною основою для проведення кількісного етапу моделювання стали результати анкетування 120 осіб, потенційних користувачів послуг НПФ. Під час анкетування респондентам пропонувалося оцінити усі альтернативи за 13-ма сформульованими твердженнями: «так, відповідає» чи «ні, не відповідає» пенсійна альтернатива даному твердженню.

Таким чином, на етапі анкетування вже використовувався композиційний підхід: були запропоновані окремі критерії порівняння пенсійних альтернатив, які, у свою чергу, сформовані за результатами фокус-групи та подальших глибинних інтерв'ю з їх учасниками (за якими критеріями порівнювали схожість та несхожість пенсійних альтернатив?).

На основі отриманих оцінок «відповідності-невідповідності» були розраховані показники та побудовано матрицю близькостей, у якій як оцінки умовних відстаней між пенсійними альтернативами використані відносні частоти відповідності продукту певній ознаці – відсоток від загального числа респондентів, що надали позитивну відповідь стосовно відповідності певного пенсійного продукту певній характеристиці. Процедура багатомірного шкалювання виконана за допомогою пакету прикладного програмного забезпечення «Statistica».

Перевірку оптимальної розмірності простору для побудови просторової карти сприйняття здійснено за допомогою «графіку кам'янистої осипі» [14], що характеризує залежність між кількістю просторових вимірів і рівнем статистичного показника «стресу» для моделі<sup>1</sup>. Перевірка продемонструвала, що оптимальним для інтерпретації когнітивних установок майбутніх пенсіонерів є трьохвимірний простір. За допомогою тривимірної моделі може бути пояснено 81% загальної дисперсії даних моделі, а рівень стресу дорівнює 0,11, що свідчить про достатню якість отриманих даних.

Для більш наочного представлення отриманих результатів багатовимірного шкалювання була побудована двовимірна карта сприйняття, яка є площинною проекцією побудованої тривимірної моделі. Цей крок зумовлений тим, що одна зі шкал тривимірного простору найбільш суттєво диференціює державне пенсійне забезпечення та усі інші пенсійні продукти, і нею у першу чергу можна знехтувати з метою отримання наочного графічного результату. Водночас, наявність такої суттєвої диференціації державної пенсії та інших альтернатив пенсійного забезпечення враховано під час інтерпретації результатів.

Останній етап дослідження також включав інтерпретацію отриманих результатів із залученням експертів – представників НАПФА<sup>2</sup>. Результати проведеного дослідження, а саме: двовимірна карта сприйняття пенсійних альтернатив та її інтерпретація представлені на рис. 2.

Розташування продуктів на отриманій карті обумовлюється відстанями, що взяті з отриманої матриці близькостей саме для двовимірного простору. Розташування точки відліку – нульової точки системи координат у побудованому двовимірному просторі – обране таким чином, щоб найбільше диференціювати отримані результати сприйняття пенсійних альтернатив.

Визначення координат точок, що відбивають кожну з пенсійних альтернатив за побудованими синтетичними шкалами, не містить інтерпретації у конкретних (фізичних) одиницях виміру. Точні координати точок на даній карті не мають значущості, першочергове значення має саме відносне розташування пенсійних альтернатив відносно одна одної та дескриптивна інтерпретація змісту кожної шкали. Щодо шкал на двовимірній карті, то їх побудова здійснена за синтетичними (імпліцитними) змінними, які агрегують характеристики кількох шкал, використаних під час опитування, то градація за цими змінними може розглядатися лише з позицій якісного визначення розбіжностей між пенсійними альтернативами у сприйнятті цільової аудиторії послуг НПФ. Інтерпретація шкал є такою.

1. Перший вимір, що формує шкалу когнітивного сприйняття пенсійних продуктів, на нашу думку, може бути охарактеризований як автономність управління інвестованими коштами у процесі пенсійного накопичення. Найбільший зв'язок дана імпліцитна змінна, що утворює координатну вісь абсцис, має з такими характеристиками пенсійних продуктів, як «Є можливість розпоряджатися накопиченнями на власний розсуд», «Є довіра до того, хто розпоряджається коштами у процесі накопичення». Також вона пов'язана з характеристиками, що описують ризики втрати коштів – через ошукування чи через власні помилки у процесі накопичення чи інвестування.

Ще одна група характеристик, що мають тісну кореляцію з даною віссю, є універсальність певних пенсійних продуктів, тобто придатність їх до застосування не лише

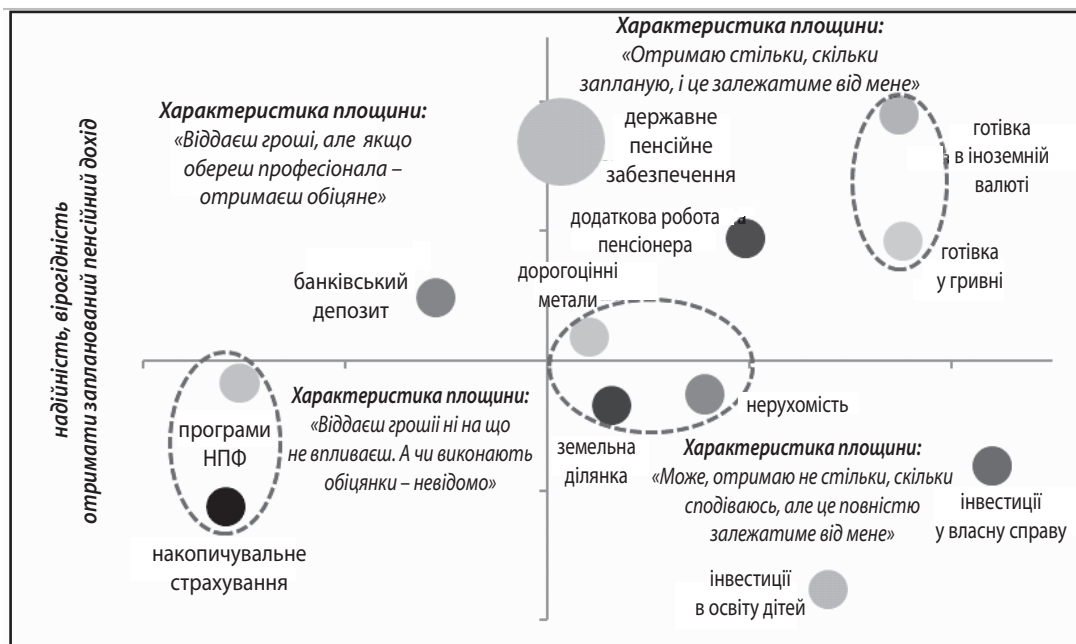


Рис. 2. Сприйняття послуг НПФ та інших пенсійних альтернатив: результати компаративного аналізу

<sup>1</sup> Стрес – статистична міра відповідності підігнаної моделі вихідним даним, чим вище значення стресу, тим нижче якість підгонки моделі.

<sup>2</sup> НАПФА – Національна Асоціація Недержавних Пенсійних Фондів України та Адміністраторів Недержавних Пенсійних Фондів.

як пенсійного інструменту, а як інструменту заощаджень чи інвестицій узагалі (можна використати для інших цілей, можна почати витрачати кошти не лише на пенсії, але й раніше). Ці чинники також підпадають під розуміння автономності розпорядження коштами.

Традиційні та малоризикові активи, такі, як земля, нерухомість чи дорогоцінні метали, найбільш наближені до нульового значення за даної вісью координат. Насправді, саме їх розташування близько до нульової точки дозволило інтерпретувати дану шкалу. Ці активи сприймаються як найменш ризикові з будь-якої точки зору: вони, за великим рахунком, не потребують передачі у професійне довірче управління, тобто не актуалізують ризики бути ошуканим (як страхові чи пенсійні внески).

2. Другий вимір, що описується відповідною синтетичною змінною, найбільшою мірою диференціює такі змінні, як «готівка в іноземній валюті» і «державна пенсія», з одного боку, та «інвестиції в освіту дітей», «страхова програма» – з іншого. Як і за попередньою шкалою, найбільш наближені до нульового значення за даною шкалою, тобто мають найменш диференційовану позицію, такі пенсійні продукти, як «дорогоцінні метали», «земля» та «нерухомість», а також «програми НПФ». Найбільший зв'язок з даною змінною мають такі характеристики, як «Є ризик не отримання доходу», ризики втрати пенсійних накопичень з різних причин, а також характеристика «Існують надійні державні гарантії».

На нашу думку, даний вимір можна інтерпретувати як надійність певної пенсійної альтернативи, її передбачуваність щодо отримання запланованого пенсійного доходу. Передбачуваність, прогнозованість фінансового результату накопичення є високою для готівки в іноземній валюті (через відносну стабільність конвертованих валют і популярність даного інструменту накопичень для українців), а також для державної пенсії (хоча розмір її не буде великим, вона є гарантованою, висока вірогідність отримати суму, установлену законом). Відносно високою також є впевненість респондентів щодо отримання запланованого доходу від додаткової роботи. Ближче до нульового значення розташований такий пенсійний інструмент, як «готівка у національній валюті» та «банківський депозит». Депозит – єдиний фінансовий інструмент, що має позитивну оцінку за даною шкалою.

Найменшу впевненість щодо запланованого розміру виплат респонденти демонструють у ставленні до накопичувальних програм страхування. На нашу думку, це пов'язане з відносно великим обсягом негативної інформації щодо страхових компаній (банкрутства, ошукування, несвоєчасні виплати і т. п.), яка транслюється в поточний момент ЗМІ [16].

Дана шкала є єдиною, за якою «програми НПФ» доволі суттєво відрізняються від послуг накопичувального страхування, що є важливим фактом для розробки подальших маркетингових заходів. Важливим є також те, що за даною шкалою внески до НПФ мають найбільш позитивні оцінки (у порівнянні зі своїми ж оцінками за іншими шкалами), і наближені до консервативних інструментів накопичення за шкалою, яка характеризує ризикованість вкладень і автономність власника у процесі заощадження.

3. На етапі інтерпретації отриманих результатів варто згадати, що існує ще одна значуща синтетична шкала (критерій порівняння пенсійних альтернатив), яку було ви-

ключено при побудові двовимірної карти сприйняття. Вона формує вимір, у якому найбільшим чином диференціюються державне пенсійне забезпечення і додаткова робота після виходу на пенсію – з одного боку, та усі інші пенсійні продукти – з іншого. Щодо пояснюючих тверджень, то найбільший зв'язок ця шкала має з такими твердженнями, як «Немає необхідності економити на поточних витратах для створення пенсійного резерву», «Надаються надійні гарантії з боку держави».

Очевидним за даною вісью координат є розподіл пенсійних продуктів на такі, що вимагають економії на поточних витратах задля подальшого забезпечення у похилому віці (більшість пенсійних продуктів) і такі, що не вимагають відволікань коштів.

Отримані результати доводять, що ключова відмінність державної пенсії від інших пенсійних продуктів у свідомості опитаних полягає в її так званій «безкоштовності» – вона нібито «дається, дарується» державою і не вимагає заощаджень із персонального бюджету, відмови від поточного споживання. Оскільки пенсійні відрахування до солідарної системи (внески у Пенсійний Фонд) не отримуються майбутніми пенсіонерами «на руки», а одразу перераховуються до відповідних установ, то вони не сприймаються ними як скорочення поточного споживання, їх розміри не завжди усвідомлюються.

Натомість усі інші пенсійні альтернативи, незважаючи на їх природу (фінансові чи не-фінансові інструменти, заощадження чи інвестиції) сприймаються як такі, що вимагають відмови від поточного споживання на користь заощаджень. Таке сприйняття державної пенсії, на нашу думку, є однією з ключових проблем та одним з найбільш значущих інформаційних бар'єрів для подальшого просування послуг НПФ. Крім того, отримані результати викривають патерналістські настрої українського суспільства та нерозуміння більшістю майбутніх пенсіонерів економічної сутності пенсійних відносин і принципів функціонування пенсійної системи в Україні.

## ВИСНОВКИ

Аналіз двовимірної карти сприйняття дозволяє сформулювати можливі напрямки для розробки подальшої стратегії позиціонування послуг НПФ в Україні, що є неочевидними лише з описового аналізу результатів усіх попередніх досліджень. Зокрема, на отриманій карті можна виділити відносно однорідні за сприйняттям групи пенсійних продуктів, зокрема:

- ✦ популярні в українців і перевірені часом готівкові накопичення;
- ✦ традиційні малоризикові інструменти інвестування – дорогоцінні метали, нерухомість, земельна ділянка;
- ✦ «складні» фінансові інструменти, що викликають недовіру – накопичувальне страхування і внески до НПФ.

Визначенню «ідеальної» стратегічної позиції послуг НПФ і формуванню конкретного плану заходів щодо її досягнення будуть присвячені подальші дослідження авторів. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. Рубанов П. М. Недержавні пенсійні фонди як фінансові посередники: проблеми та перспективи функціонування

в Україні / П. М. Рубанов // Інноваційна економіка. – 2012. – № 7(33). – С. 17 – 21.

2. Фінансовий потенціал населення: нові можливості інноваційного розвитку економіки України : монографія / А. М. Вдовиченко. – Ірпінь : Національний університет ДПС України, 2012. – 225 с.

3. Коваленко Ю. М. Неформальні норми фінансового сектора економіки: економічна ментальність та інституційна довіра / Ю. М. Коваленко // Економічна теорія. – 2011. – № 2. – С. 58 – 68.

4. Якимова Л. П. Моделювання просторово-часової динаміки пенсійного соціуму / Л. П. Якимова // Бізнес Інформ. – 2013. – № 9. – С. 84 – 89.

5. Clarke G. The Irish Experience National Pensions Awareness Campaign 2003 – 2008 / G. Clarke // OECD/IOPS. – 31 October, 2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.oecd.org/finance/private-pensions/41531964.pdf>

6. Якимова Л. П. Моделювання довіри населення до інститутів пенсійної системи / Л. П. Якимова // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону : науковий збірник. – Івано-Франківськ : Вид-во Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. – 2012. – Вип. 8. – Т. 2. – С. 53 – 59.

7. Семигіна Т. Інформування населення про соціальні та реабілітаційні послуги : методичний посібник / Т. Семигіна, Г. Коришова, О. Іванова ; проект ПРООН «Підтримка реформи соціального сектора в Україні». – К. : К.І.С., 2013. – 104 с.

8. Atkinson A. Lessons from National Pensions Communication Campaigns / A. Atkinson, D. Harrison, F.-A. Messy, J. Yermo // OECD Working Paper on Finance, Insurance and Private Pensions. – № 18. – 2012. – 65 p.

9. Батурчик М. Восприятие населением пенсионной системы Беларуси: результаты опроса населения / М. Батурчик, А. Чубрик // Рабочий материал Исследовательского центра ИПМ. – Минск : ИПМ, 2008. – 38 с.

10. Ибрагимова Д. Х. О доверии населения финансовым институтам / Д. Х. Ибрагимова // Деньги и кредит – 2012. – № 4. – С. 28 – 34.

11. Якимова Л. П. Синергетичний ефект в моделях динаміки поширення недержавного пенсійного забезпечення / Л. П. Якимова // Економіка розвитку. – 2013. – № 1(65). – С. 10 – 14.

12. Пенсійна реформа в Україні: дослідження суспільної думки 2010 // Проект розвитку ринків капіталу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.capitalmarkets.kiev.ua/download/pension\\_survey\\_22jul2010\\_ua.pdf](http://www.capitalmarkets.kiev.ua/download/pension_survey_22jul2010_ua.pdf)

13. Федоров Д. С. Построение карт восприятия: концептуальный подход и метод анализа данных / Д. С. Федоров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 6. – С. 3 – 16.

14. Малхотра Н. К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство / Н. К. Малхотра / Пер. с англ. – Москва: Вильямс, 2007. – 1200 с.

15. Розподіл постійного населення України за статтю та віком на 1 січня 2010 року : статистичний збірник. – К. : Держкомстат України, 2011. – 450 с.

16. Как страховые компании обманывают владельцев автомобилей [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://gazeta.ua/ru/articles/ls-driving/\\_kak-strahovye-kompanii-obmanyvayut-vladelcev-avtomobilej/408269](http://gazeta.ua/ru/articles/ls-driving/_kak-strahovye-kompanii-obmanyvayut-vladelcev-avtomobilej/408269)

## REFERENCES

Atkinson, A., Harrison, D., and Messy, F.-A. "Lessons from National Pensions Communication Campaigns". *OECD Working Paper on Finance, Insurance and Private Pensions*, no. 18 (2012): 65.

Baturchik, M., and Chubrik, A. "Vospriatie naseleniem pensionnoy sistemy Belarusi: rezultaty oprosa naseleniia" [Public perception of the pension system in Belarus: results of a survey popu-

lation]. In *Rabochiy material Issledovatel'skogo tsentra IPM*. Minsk: IPM, 2008.

Clarke, G. "The Irish Experience National Pensions Awareness Campaign 2003 – 2008". <http://www.oecd.org/finance/private-pensions/41531964.pdf>

*Finansovyi potentsial naselennia: novi mozhlyvosti innovatsiinoho rozvytku ekonomiky Ukrainy* [The financial capacity of the population: new opportunities for innovation development of Ukraine]. Irpin: NU DPS Ukrainy, 2012.

Fedorov, D. S. "Postroenie kart vospriatiia: kontseptualnyy podkhod i metod analiza dannykh" [Mapping perception: a conceptual approach and the method of data analysis]. *Marketing v Rossii i za rubezhom*, no. 6 (2006): 3-16.

Ibragimova, D. Kh. "O doverii naseleniia finansovym institutam" [About public trust financial institutions]. *Dengi i kredit*, no. 4 (2012): 28-34.

Kovalenko, Yu. M. "Neformalni normy finansovoho sektora ekonomiky: ekonomichna mentalnist ta instytutsiina dovira" [Informal rules of the financial sector: economic mentality and institutional trust]. *Ekonomichna teoriia*, no. 2 (2011): 58-68.

"Kak strakhovye kompanii obmanyvaiut vladeltsev avtomobiley" [How to cheat insurance companies car owners]. [http://gazeta.ua/ru/articles/ls-driving/\\_kak-strahovye-kompanii-obmanyvayut-vladelcev-avtomobilej/408269](http://gazeta.ua/ru/articles/ls-driving/_kak-strahovye-kompanii-obmanyvayut-vladelcev-avtomobilej/408269)

Malkhotra, N. K. *Marketingovyie issledovaniia. Prakticheskoe rukovodstvo* [Marketing research. A practical guide]. Moscow: Vil'iams, 2007.

"Pensiina reforma v Ukraini: doslidzhennia suspilnoi dumky 2010" [Pension Reform in Ukraine: Public Opinion Survey 2010]. [http://www.capitalmarkets.kiev.ua/download/pension\\_survey\\_22jul2010\\_ua.pdf](http://www.capitalmarkets.kiev.ua/download/pension_survey_22jul2010_ua.pdf)

*Rozpodil postiinoho naselennia Ukrainy za stattiu ta vikom na 1 sichnia 2010 roku* [Distribution of resident population of Ukraine for sex and age on 1 January 2010]. Kyiv: Derzhkomstat Ukrainy, 2011.

Rubanov, P. M. "Nederzhavni pensiini fondy iak finansovi poserednyky: problemy ta perspektivy funktsionuvannia v Ukraini" [Private pension funds as financial intermediaries: Problems and Prospects functioning in Ukraine]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 7 (33) (2012): 17-21.

Semyhina, T., Koryshova, H., and Ivanova, O. *Informuvannia naselennia pro sotsialni ta rehabilitatsiini posluhy* [Public awareness of social and rehabilitation services]. Kyiv: K. I. S., 2013.

Yakymova, L. P. "Modeliuvannia prostorocho-chasovoi dynamiky pensiinoho sotsiumu" [Modeling spatio-temporal dynamics of pension society]. *Biznes Inform*, no. 9 (2013): 84-89.

Yakymova, L. P. "Synerhetychnyi efekt v modeliakh dynamiky poshyrennia nederzhavnoho pensiinoho zabezpechennia" [Synergetic effects in models of the dynamics of the spread of private pensions]. *Ekonomika rozvytku*, no. 1 (65) (2013): 10-14.

Yakymova, L. P. "Modeliuvannia doviry naselennia do instytutiv pensiinoi systemy" [Modeling public confidence in the institutions of the system]. *Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu*, vol. 2, no. 8 (2012): 53-59.