

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СТРАХОВОЇ ПОСЛУГИ ТА ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Запропоновано використання методики ідентифікації оптимального рішення на основі структурних характеристик конкурентоспроможності та рейтингового аналізу страхової послуги. Висвітлено результати апробації цієї методики.

В умовах постійних змін ринкової кон'юнктури необхідно приймати раціональні управлінські рішення, що генерують відповідні зміни внутрішнього середовища страхової організації, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності страхової послуги і страхової компанії, що є виробником такої послуги.

Проблемі формування управлінських рішень для підвищення конкурентоспроможності продукції присвятили свої наукові праці С.М. Іляшенко, М.І. Данько, Т. Сааті, К. Кернс, Л.С. Кобиляцький та ін.

Метою статті є формування управлінського рішення, спрямованого на підвищення конкурентоспроможності страхової послуги завдяки запропонованій методиці ідентифікації управлінського рішення на основі структурних характеристик конкурентоспроможності страхової послуги та результатів рейтингового аналізу на прикладі провідних страхових компаній.

Управління страховими компаніями на основі рейтингу базується на можливості прийняття управлінських рішень та їх оцінювання щодо підвищення конкурентоспроможності страхової послуги. Управлінське рішення являє собою свідомий вибір найкращої (оптимальної, переважаючої) альтернативи (чи декількох кращих з безлічі всіх початкових альтернатив) або впорядкування вибраних кращих (чи всіх) альтернатив, що здійснює (або затверджує після вироблення фахівцями проекту-рішення) особа, яка ухвалює рішення (ОПР) в результаті аналізу цих альтернатив, ви-

ходячи з поставлених цілей та урахування обмеженості ресурсів у процесі здійснення нею функцій управління для вирішення конкретних завдань організації. Це вибір курсу дій, що забезпечують отримання необхідних результатів [1, с. 1].

Для прийняття управлінських рішень пропонується використовувати розроблену нами методику ідентифікації оптимального рішення на основі структурних характеристик конкурентоспроможності страхової послуги та рейтингового аналізу. Ця методика базується на дослідженнях відомих американських економістів та математиків Т. Сааті та К. Кернса [3, с. 2; 4, с. 23].

Першим етапом застосування запропонованої методики є структуризація проблеми вибору з ієрархії (рейтингу) серед таких критеріїв конкурентоспроможності страхової послуги, як економічні (A_1), маркетингові (A_2), зовнішнє формування (A_3), якість (A_4), асортимент (A_5). У найзручнішому вигляді рекомендовано будувати ієрархію з вершини (цілі) через запропоновані проміжні рівні-критерії до самого нижнього рівня, який у загальному випадку є набором альтернативних стратегій з можливістю наступного уточнення за рахунок додавання необхідних ознак.

Після ієрархічного відтворення проблеми вибору стратегій підвищення конкурентоспроможності страхової послуги встановлено пріоритети критеріїв і оцінена кожна з альтернатив за вказаними критеріями. Елементи завдання порівняні попарно по відношенню до їх впливу на загальну для них характеристику конкурентоспроможності. Система парних відомостей приводить до результату, який представлений у вигляді зворотної симетричної матриці. Елементом матриці a_{ij} є інтенсивність прояву елементу ієрархії i відносно елементу ієрархії j , що оцінюється за шкалою інтенсивності від 1 до 9 (табл. 1).

Якщо при порівнянні одного чинника i з іншим j отримано $a_{ij} = b$, то при порівнянні другого чинника з першим отримуємо $a_{ji} = 1/b$.

Практичне застосуванні даної методики показало, що проведення попарних порівнянь базується на визначеннях більшої важливості (дієвості), вищої вірогідності та переважання елемента серед порівнюваних.

Нехай $A_1, A_2, A_3, A_4, A_5, A_1$ – критерії конкурентоспроможності страхової послуги; $W_2 \dots W_n$ – їх співвідношення представлене в табл. 2–3 по ПрАТ «УТСК», ПрАТ «Аліко Україна».

Аналогічно проводимо попарні порівняння критеріїв конкурентоспроможності страхової послуги на ПрАТ «Аліко Україна» (табл. 3).

Таблиця 1

Шкала інтенсивності*

Інтенсивність відносної важливості	Визначення
1	рівна важливість
3	помірна перевага одного над іншим
5	істотна перевага одного над іншим
7	значна перевага одного над іншим
9	дуже сильна перевага одного над іншим
2,4,6,8	відповідні проміжні значення

*Розробка автора з використанням [4, с. 32].

Таблиця 2

Попарні порівняння критеріїв конкурентоспроможності страхової компанії ПрАТ «УТСК»*

Критерії	Економічні	Маркетингові	Зовнішнє формування	Якість	Асортимент	Оцінка компонент вектора для кожного критерію	Нормоване значення контент вектора
Економічні	1	3	1/5	1/6	1/8	0,416276604	0,053067297
Маркетингові	1/3	1	1/6	1/5	1/9	0,262001029	0,033400115
Зовнішнє формування	1/3	6	1	1/3	1/5	0,668325062	0,085198649
Якість	4	5	3	1	1/9	1,461442552	0,186305944
Асортимент	8	9	5	9	1	5,036269965	0,642027995
Сума	13,667	24	9,38	10,7	1,55	7,844315211	

*Розрахунок автора.

Примітка: випадкова узгодженість (ВУ) 6,96 %.

Таблиця 3

Попарні порівняння критеріїв конкурентоспроможності страхової ПрАТ «Аліко Україна»*

Критерії	Економічні	Маркетингові	Зовнішнє формування	Якість	Асортимент	Оцінка компонент вектора для кожного критерію	Нормоване значення контент вектора
Економічні	1	3	1/5	1/6	1/7	0,427543583	0,064162835
Маркетингові	9	1	1/6	1/5	1/7	0,532604269	0,079929628
Зовнішнє формування	1/3	1/6	1	1/3	1/5	0,326382787	0,04898131
Якість	1/9	5	3	1	1/9	0,713709123	0,107108614
Асортимент	7	7	5	9	1	4,663175051	0,699817613
Сума	17,444	16,17	9,367	10,7	1,6	6,663414813	

*Розрахунок автора.

Оцінка компонент вектора пріоритетів проводиться за формулою середньої геометричної із наступною нормалізацією

$$\bar{X}_j = \sqrt[5]{\prod_{i=1}^5 X_i}, \quad (1)$$

де: \bar{X}_j – оцінка компонент вектора для кожного критерію; X_i – компоненти вектора пріоритетів.

$$X_{j\text{нор}} = \bar{X}_j / \sum_{j=1}^5 \bar{X}_j, \quad (2)$$

де $X_{j\text{нор}}$ – нормоване значення компонент вектора.

Пріоритети синтезуються, починаючи з другого рівня вниз. Локальні пріоритети перемножуються на пріоритет відповідного критерію на вищому рівні і підсумовуються по кожному елементу відповідно до критеріїв, на які впливає елемент.

Корисним результатом застосування цієї методики є можливість визначення індексу узгодженості (ІУ), який надає інформацію про ступінь порушення узгодженості. Разом з матрицею парних порівнянь маємо міру оцінки ступеня відхилення від узгодженості. Якщо такі відхилення перевищують встановлені межі, то тому, хто проводить

аналіз, слід перевірити ще раз їх в матриці. ІУ, що розраховується за формулою [4, с. 39]

$$IY = (\lambda_{\text{max}} - n) / (n - 1), \quad (3)$$

де: n – розмір матриці; λ – випадкова узгодженість; $\lambda_{\text{max}} = 1.12$, $n = 5$.

Порівнюємо встановлену величину з тією, яку можна отримати при випадковому виборі кількості думок зі шкали, створеної симетричної матриці. Середні узгодженості для випадкових матриць різного порядку наведено в табл. 4 [4, с. 39].

Якщо розділити ІУ на число, відповідне випадковій узгодженості матриці того ж порядку, отримаємо відношення узгодженості (ВУ). Величина ВУ має бути 10 % або менша, щоб воно було прийнятним. В деяких випадках допускається ВУ до 20 %, але не більше, інакше слід перевірити судження.

Результат отримуємо таким чином:

1) у верхній рядок переносимо із табл. 2–3 значення вектора пріоритету для кожного критерію;

2) для кожної з альтернатив заповнюємо стовпці критеріїв значеннями локальних векторів пріоритету (напрями стратегій – диверсифікація виробництва і збуту; використання швидкої реакції

Таблиця 4

Середня узгодженість для випадкових матриць

Розмір матриці	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Випадкова узгодженість	0	0	0.58	0.9	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49

Таблиця 5

Ідентифікація оптимального рішення на основі структурних характеристик конкурентоспроможності страхової послуги на ПрАТ «УТСК»*

Альтернатива	Критерії					Глобальні пріоритети
	Економічні	Маркетингові	Зовнішнє формування	Якість	Асортимент	
	Числове значення вектору пріоритету					
	0,053067	0,033400	0,085199	0,186306	0,642028	
Диверсифікація виробництва і збуту	0,107618	0,023768	0,685529	0,246472	0,039565	0,136232
Використання швидкої реакції на інновації (як частини гнучкої корпоративної культури) для розвитку страхових продуктів	0,107618	0,062074	0,073857	0,088452	0,406739	0,291693
Розвитку технологій для збереження конкурентної переваги	0,145387	0,254846	0,025390	0,232692	0,073330	0,108822
Розширення меж ринку	0,121043	0,102034	0,082604	0,031179	0,073627	0,069949
Орієнтації на клієнта: стратегія якості та розширення асортименту для вдосконалення страхової послуги	0,518335	0,557278	0,132619	0,401205	0,406739	0,393303

*Розрахунок автора

Ідентифікація оптимального рішення на основі структурних характеристик конкурентоспроможності страхової послуги на ПрАТ «Аліко Україна»*

Альтернатива	Критерії					Глобальні пріоритети
	Економічні	Маркетингові	Зовнішнє формування	Якість	Асортимент	
	Числове значення вектору пріоритету					
	0,064163	0,079930	0,048981	0,107109	0,699818	
Диверсифікація виробництва і збуту	0,076923	0,038950	0,121237	0,244138	0,158835	0,151292
Використання швидкої реакції на інновації (як частини гнучкої корпоративної культури) для розвитку страхових продуктів	0,076923	0,053741	0,121237	0,087614	0,363760	0,279119
Розвитку технологій для збереження конкурентної переваги	0,076923	0,196163	0,045198	0,230487	0,075334	0,100236
Розширення меж ринку	0,076923	0,095798	0,071812	0,030884	0,038311	0,046229
Орієнтації на клієнта: стратегія якості та розширення асортименту для вдосконалення страхової послуги	0,692308	0,615348	0,640516	0,406878	0,363760	0,423124

*Розрахунок автора

на інновації як частини гнучкої корпоративної культури для розвитку страхових продуктів; розвиток технологій для збереження конкурентної переваги; розширення меж ринку; орієнтації на клієнта — стратегія якості та розширення асортименту для вдосконалення страхової послуги);

3) підраховуємо значення глобального пріоритету для кожної з альтернатив як суму добуток значення вектора пріоритету для критерію і значення вектора локального пріоритету цієї альтернативи відносно даного критерію по ПрАТ «УТСК», ПрАТ «Аліко Україна» (табл. 5–6).

Отже, на ПрАТ «УТСК», варто зупинити свій вибір на стратегії — «орієнтації на клієнта: стратегія якості та розширення асортименту для вдосконалення страхової послуги», оскільки вона має максимальне значення глобального пріоритету, що становить 0,393303.

Відповідно визначимо й отримаємо результат оптимального рішення на ПрАТ «Аліко Україна» табл. 6.

На ПрАТ «Аліко Україна» значення глобального пріоритету дорівнює 0,423124, що також відповідає стратегії — «орієнтації на клієнта: стратегія якості та розширення асортименту для вдосконалення страхової послуги».

Висновки. Для вироблення і прийняття раціонального управлінського рішення нами запропоновано використовувати методику ідентифікації оптимального рішення з урахуванням структурних характеристик конкурентоспроможності страхової послуги і рейтинг

гового аналізу, яка базується на методі аналізу ієрархій. Такий підхід дає змогу обґрунтувати управлінське рішення для підвищення конкурентоспроможності страхової послуги будь-якого виду страхового продукту.

Використані джерела

1. «Ассистент-Словарь Проф» — система электронных словарей [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://uas.yupa.ru/>.
2. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: [навч. посіб.] / Ілляшенко С. М. — Суми: Університетська книга, 2003. — 278 с.
3. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Саати Т. — М.: Радио и связь, 1993. — 274 с.
4. Саати Т. Аналитическое планирование. Организация систем. / Т. Саати, К. Кернс; [пер. с англ.]. — М.: Радио и связь, 1991. — 224 с.
5. Данько М.І. Вдосконалення організаційно-управлінської роботи на підприємствах залізничного транспорту в сучасних умовах (загальнопрофесійна підготовка): [навч. посіб. для студ. та слухачів курсів підвищ. кваліфікації ВНЗ залізничного транспорту] / Данько М. І. — Х.: УкрДАЗТ, 2007. — 178 с.
6. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / [Федулова Л. І., Александрова В. П., Бажал Ю. М. та ін.]; під ред. Л. І. Федулової. — К.: Основа, 2005. — 550 с.
7. Кривошочков В.І. Управління якістю: [навч. посіб. для студ. вищих навч. закл.] / Кривошочков В. І. — [2-ге вид., переробл. і доп.]. — Д.: Наука і освіта, 2008. — 309 с.
8. Ткачук В.І. Формування конкурентоспроможності продукції льонярства / Ткачук В. І. — К.: Фенікс, 2008. — 188 с.
9. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю: навч. посіб. / Кобиляцький Л. С. — К.: Зовнішня торгівля, 2003. — 304 с.
10. Березівський П.С. Конкурентоспроможність молокоперобних підприємств: теорія, методика, практика: моногр. / П. С. Березівський, А. М. Железняк. — Л.: Львівський держ. аграрний ун-т., 2008. — 198 с.