

МОДЕЛЮВАННЯ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Конкурсна робота Всеукраїнського
конкурсу студентських наукових робіт з
природничих, технічних та гуманітарних наук у 2011/2012 навчальному році

Виконавець – студент 5-го курсу,
спеціальності «Економічна кібернетика»
Державного вищого навчального закладу «Українська
академія банківської справи Національного банку
України»
Павленко Тетяна Юріївна

Керівник – к.е.н., доцент, доцент кафедри
економічної кібернетики Державного вищого
навчального закладу «Українська академія
банківської справи Національного банку України»
Яровенко Ганна Миколаївна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
1 МОДЕЛЬ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ.....	5
2 ПРОГРАМНА РЕАЛІЗАЦІЯ МОДЕЛІ.....	17
3 АПРОБАЦІЯ МОДЕЛІ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ТА АНАЛІЗ ОТРИМАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ.....	20
4 ПЕРЕВІРКА МОДЕЛІ НА АДЕКВАТНІСТЬ.....	26
ВИСНОВКИ.....	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	29
ДОДАТКИ.....	31

ВСТУП

Конкурентоспроможність страхових компаній (далі СК) трактується як можливість ефективно розпоряджатися власними та позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, яка визначається на основі комплексу економічних характеристик в їх взаємозв'язку, з метою досягнення та встановлення конкурентних переваг перед іншими учасниками страхового ринку (далі СР). З розвитком ринку страхових послуг та збільшенням кількості компаній, які на ньому функціонують, підсилюється конкуренція, що перетворює завдання забезпечення високого рівня конкурентоспроможності на одне з основних планових завдань страхових компаній. Отже, для ефективного функціонування страхової компанії на ринку та задля зайняття лідируючих позицій є необхідною своєчасна оцінка рівня конкурентоспроможності страхової компанії.

До сьогодення часу не існує єдиної методики оцінки рівня конкурентоспроможності страхової компанії, що дозволяла б чітко і оперативно визначати її конкурентні позиції. Досить поширеним є метод відстаней, який дозволяє за сукупністю індивідуальних показників отримати інтегральний показник конкурентоспроможності [10]. Найбільш загальними є методи різниць, рангів та балів. Суть методу різниць полягає у прямому визначенні переваг і недоліків підприємств-конкурентів за окремими індикаторами - показниками конкурентоспроможності. Метод рангів передбачає порівняння об'єкта оцінки з групою підприємств-конкурентів та дозволяє визначити його місце в конкурентній боротьбі, випереджальні чинники успіху, а також такі, результати за якими гірші, ніж у конкурентів. Метод балів дозволяє не тільки визначити основних конкурентів та місце, в конкурентній боротьбі підприємства, яке оцінюється, а й кількісно оцінити відставання від найбільш конкурентоспроможного підприємства. Недоліком зазначених методів є те, що вони враховують лише кількісні показники діяльності страхових компаній.

Останнім часом популярності набув метод визначення конкурентоспроможності на основі теорії конкурентних переваг, автором якої є М. Портер [11]. Ефективно використані конкурентні переваги забезпечують високий рівень рентабельності діяльності суб'єктів господарювання.

У якості методу оцінки конкурентоспроможності страхової компанії пропонується обрати метод оцінки конкурентоспроможності страхової компанії на основі конкурентних переваг з використанням синергетичного ефекту. Цей метод має ряд переваг. По-перше, надає можливість врахування як кількісних, так і якісних показників діяльності страхових компаній. По-друге, перелік чинників, які зумовлюють отримання конкурентних переваг не є строго визначеним, і може варіюватися в залежності від конкретних умов проведення аналізу конкурентоспроможності. Вагомість чинників формування конкурентного середовища визначається, за допомогою розрахунку рангів чинників з використанням методу аналізу ієрархій Сааті. По-третє, модель враховує внутрішні та зовнішні чинники формування конкурентного середовища, що дає можливість порівняння конкурентоспроможності страхових компаній, які функціонують на різних ринках. По-четверте, модель проста у використанні, оскільки при заданій наявності конкурентних переваг оперує бінарними характеристиками. По-п'яте, модель передбачає визначення кількісної оцінки діяльності страхової компанії – рівня конкурентоспроможності страхової компанії, яка знаходиться у межах $[0;1]$.

1 МОДЕЛЬ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Конкурентоспроможність СК авторами робіт [5; 6; 13] трактується як можливість ефективно розпоряджатися власними та позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Вона визначається на основі комплексу економічних характеристик (чинників) у їх взаємозв'язку з метою досягнення та встановлення конкурентних переваг перед іншими учасниками ринку.

Слід підкреслити, що необхідною умовою формування конкурентних переваг страхових компаній є врахування синергетичного ефекту [3], який передбачає виділення такого набору характеристик (чинників) конкурентоспроможності, при якому загальна конкурентна позиція страхової компанії є завжди більшою (або меншою) суми конкурентних переваг, що забезпечує кожен з виділених чинників.

Визначати кількісну характеристику рівня конкурентоспроможності страхової компанії в роботах [7; 8; 9] пропонується на основі відносного показника – відношення кількості конкурентних переваг даної компанії, обумовлених економічними чинниками функціонування у відповідному конкурентному середовищі, до загальної кількості усіх можливих конкурентних переваг в даних умовах (формула 1.1).

$$RK_s = \frac{k_s}{k_z}, \quad (1.1)$$

де RK_s - рівень конкурентоспроможності s -ї страхової компанії;

k_z - загальна кількість усіх можливих конкурентних переваг, досягнення яких є можливим в рамках конкурентного середовища на (СР);

k_s - кількість конкурентних переваг s -ї страхової компанії.

Нехай конкурентне середовище на СР забезпечується шляхом n економічних чинників, кожен з яких надає можливість отримати від 1 до k конкурентних переваг. Для більшої деталізації Дворак М.С. [6] пропонує

поділити чинники формування конкурентного середовища на внутрішні та зовнішні. Ця деталізація допоможе визначити, які чинники повинні бути удосконалені для збільшення кількості конкурентних переваг СК.

Для формалізації конкурентних переваг страхової компанії представимо співвідношення між економічними чинниками та конкурентними перевагами у вигляді матриці (таблиця 1.1), яка містить n рядків та k стовпчиків.

Таблиця 1.1 – Бінарні характеристики взаємообумовленості конкурентних переваг СК чинниками формування конкурентного середовища на СР

		Конкурентні переваги						
		1	2	...	i	...	k	
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні	1	a_{11}	a_{12}	...	a_{1i}	...	a_{1k}
		2	a_{21}	a_{22}	...	a_{2i}	...	a_{2k}
	
		j	a_{j1}	a_{j2}	...	a_{ji}	...	a_{jk}
	
		m	a_{m1}	a_{m2}	...	a_{mi}	...	a_{mk}
		Сума	S_{z1}	S_{z2}	...	S_{zi}	...	S_{zk}
	внутрішні	$m+1$	a_{m+11}	a_{m+12}	...	a_{m+1i}	...	a_{m+1k}
		$m+2$	a_{m+21}	a_{m+22}	...	a_{m+2i}	...	a_{m+2k}
	
		l	a_{l1}	a_{l2}	...	a_{li}	...	a_{lk}
	
		n	a_{n1}	a_{n2}	...	a_{ni}	...	a_{nk}
		Сума	S_{v1}	S_{v2}	...	S_{vi}	...	S_{vk}
Сума		S_1	S_2	...	S_i	...	S_k	

Елементами матриці a_{ji} та a_{li} виступають бінарні характеристики, які приймають лише два значення «1» чи «0» в залежності від того, чи надає j -й (зовнішній, $j = 1 \div m$) або l -й (внутрішній, $l = m + 1 \div n$) економічний чинник i -ту ($i = 1 \div k$) конкурентну перевагу для даної страхової компанії.

Елементи матриці a_{ji} та a_{li} визначаються за формулами 1.2 та 1.3:

$$a_{ji} = \begin{cases} 1, \text{ якщо } j\text{-й економічний чинник надає } i\text{-ту конкурентну перевагу} \\ 0, \text{ якщо } j\text{-й економічний чинник не надає } i\text{-ту конкурентну перевагу} \end{cases}, \quad (1.2)$$

де a_{ji} - бінарні характеристики взаємообумовленості конкурентних переваг страхової компанії зовнішніми економічними чинниками формування конкурентного середовища на внутрішньому страховому ринку;

$$a_{ji} = \begin{cases} 1, \text{ якщо } j\text{-ий економічний чинник надає } i\text{-ту конкурентну перевагу} \\ 0, \text{ якщо } j\text{-ий економічний чинник не надає } i\text{-ту конкурентну перевагу} \end{cases}, \quad (1.3)$$

де a_{li} - бінарні характеристики взаємообумовленості конкурентних переваг страхової компанії внутрішніми економічними чинниками формування конкурентного середовища на внутрішньому страховому ринку.

Для визначення кількості конкурентних переваг певної СК на внутрішньому СР необхідно, виходячи з даних таблиці 1.1, визначити суму бінарних характеристик за i -тою ($i = 1 \div k$) конкурентною перевагою, яка може бути обумовлена m зовнішніми економічними чинниками формування конкурентного середовища внутрішнього СР (формула 1.4):

$$S_{zi} = \sum_{j=1}^m a_{ij} \quad (1.4)$$

Також необхідно визначити суму бінарних характеристик за i -тою ($i = 1 \div k$) конкурентною перевагою, яка може бути обумовлена $n - m$ внутрішніми економічними чинниками формування конкурентного середовища внутрішнього страхового ринку (формула 1.5).

$$S_{vi} = \sum_{l=1}^{n-m} a_{il} \quad (1.5)$$

Розраховані характеристики S_{zi} та S_{vi} враховують не лише наявність у даної страхової компанії певної кількості конкурентних переваг, але і додаткові конкурентні переваги, виникнення яких зумовлене синергетичним ефектом взаємообумовленості економічних чинників конкурентного

середовища. Так, якщо отримаємо $S_{zi} \geq 1$, можна стверджувати про наявність у страхової компанії відповідної i -тої ($i = 1 \div k$) конкурентної переваги Z_{zi} , обумовленої зовнішнім чинником формування конкурентного середовища, а якщо отримаємо $S_{vi} \geq 1$, можна стверджувати про наявність у страхової компанії відповідної i -тої ($i = 1 \div k$) конкурентної переваги Z_{vi} , обумовленої внутрішнім чинником формування конкурентного середовища.

Бінарні характеристики наявності у s -ї ($s = 1 \div N$) страхової компанії i -ї ($i = 1 \div k$) конкурентної переваги визначається за формулами 1.6 та 1.7.

$$Z_{zi} = \begin{cases} 1, \text{якщо страхова компанія має } i\text{-ту конкурентну перевагу} \\ 0, \text{якщо страхова компанія не має } i\text{-тої конкурентної переваги} \end{cases}, \quad (1.6)$$

де Z_{zi} - бінарна характеристика наявності у s -ї ($s = 1 \div N$) СК i -ї ($i = 1 \div k$) конкурентної переваги, обумовленої зовнішніми чинниками.

$$Z_{vi} = \begin{cases} 1, \text{якщо страхова компанія має } i\text{-ту конкурентну перевагу} \\ 0, \text{якщо страхова компанія не має } i\text{-тої конкурентної переваги} \end{cases}, \quad (1.7)$$

де Z_{vi} - бінарна характеристика наявності у s -ї ($s = 1 \div N$) СК i -ї ($i = 1 \div k$) конкурентної переваги, обумовленої зовнішніми чинниками.

Кількість конкурентних переваг, зумовлених зовнішніми чинниками формування конкурентного середовища, визначають як $\sum_{i=1}^k Z_{zi} | S_{zi} \geq 1$. Кількість

конкурентних переваг, зумовлених внутрішніми чинниками формування конкурентного середовища, визначають як $\sum_{i=1}^k Z_{vi} | S_{vi} \geq 1$.

У випадку $S_{zi} \geq 2$, спостерігається синергетичний ефект взаємообумовленості зовнішніх економічних чинників конкурентного середовища, який надає можливість отримати додаткові конкурентні переваги

$$\left[\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m r_j a_{ij} \right] | S_{zi} \geq 2.$$

У випадку $S_{vi} \geq 2$, спостерігається синергетичний ефект взаємообумовленості зовнішніх економічних чинників конкурентного середовища, який надає можливість отримати додаткові конкурентні переваги

$$\left[\frac{1}{n-m} \sum_{l=m+1}^n r_l a_{il} \right] | S_{zi} \geq 2.$$

Важливим аспектом при визначенні рівня конкурентоспроможності страхової компанії та синергетичного ефекту взаємообумовленості економічних чинників конкурентного середовища є те, що на певній території економічні чинники мають більш пріоритетне значення, ніж інші. Саме тому пропонується надати їм вагових коефіцієнтів відповідно до визначеного рангу r_j , яке може приймати значення $1, 2, \dots, n$.

Кількість конкурентних переваг s -ї СК з урахуванням синергетичного ефекту у роботах [7; 8; 9] пропонується визначати за формулою 1.8:

$$k_s = \max \left\{ \sum_{i=1}^k Z_{zi} | S_{zi} \geq 1; \sum_{i=1}^k Z_{vi} | S_{vi} \geq 1 \right\} + \left[\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m r_j a_{ji} \right] | S_{zi} \geq 2 + \left[\frac{1}{n-m} \sum_{l=m+1}^n r_l a_{li} \right] | S_{vi} \geq 2, \quad (1.8)$$

де k_s - кількість конкурентних переваг s -ї ($s = 1 \div N$) страхової компанії;

Z_{zi} - бінарна характеристика наявності у s -ї ($s = 1 \div N$) СК i -ї ($i = 1 \div k$) конкурентної переваги, обумовленої зовнішніми чинниками;

S_{zi} - сума бінарних характеристик за i -тою ($i = 1 \div k$) конкурентною перевагою, яка може бути обумовлена m зовнішніми економічними чинниками формування конкурентного середовища внутрішнього СР;

Z_{vi} - бінарна характеристика наявності у s -ї ($s = 1 \div N$) СК i -ї ($i = 1 \div k$) конкурентної переваги, обумовленої внутрішніми чинниками;

S_{vi} - сума бінарних характеристик за i -тою ($i = 1 \div k$) перевагою, яка може бути обумовлена $n - m$ внутрішніми економічними чинниками формування конкурентного середовища внутрішнього страхового ринку;

$[]$ - ціла частина числа;

m - кількість зовнішніх чинників формування конкурентного середовища;

r_j - ранг j -го ($j = 1 \div m$) зовнішнього економічного чинника;

$n - m$ - кількість внутрішніх чинників формування конкурентного середовища;

r_l - ранг l -го ($l = m + 1 \div n$) внутрішнього економічного чинника.

Відповідно до формули 1.8 пропонується визначити k_{zs} - кількість конкурентних переваг s -ї ($s = 1 \div N$) СК, обумовлених зовнішніми чинниками за формулою 1.9 та k_{vs} - кількість конкурентних переваг s -ї ($s = 1 \div N$) СК, обумовлених внутрішніми чинниками за формулою 1.10.

$$k_{zs} = \sum_{i=1}^k Z_{zi} |S_{zi} \geq 1 + \left[\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m r_j a_{ji} \right] | S_{zi} \geq 2, \quad (1.9)$$

$$k_{vs} = \sum_{i=1}^k Z_{vi} |S_{vi} \geq 1 + \left[\frac{1}{n-m} \sum_{l=m+1}^n r_l a_{li} \right] | S_{vi} \geq 2 \quad (1.10)$$

Аналогічно приведеній методиці визначення кількості конкурентних переваг s -ї ($s = 1 \div N$) страхової компанії можна визначити загальну кількість усіх конкурентних переваг, досягнення яких є можливим в рамках конкурентного середовища на страховому ринку. Так, формується матриця, елементи якої приймають лише значення «1», тобто кожний j -й (зовнішній, $j = 1 \div m$) та l -й (внутрішній, $l = m + 1 \div n$) економічний чинник надає i -ту ($i = 1 \div k$) конкурентну перевагу для даної страхової компанії.

Кількісна оцінка рівня конкурентоспроможності страхової компанії на страховому ринку визначається за формулою 1.11.

$$RK_s = \frac{k_s}{k + \left[\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m r_j \right] + \left[\frac{1}{n-m} \sum_{l=m+1}^n r_l \right]}, \quad (1.11)$$

де RK_s - рівень конкурентоспроможності s -ї страхової компанії;

k_s - кількість конкурентних переваг s -ї страхової компанії;

k_z - загальна кількість усіх можливих конкурентних переваг, досягнення яких є можливим в рамках конкурентного середовища на СР;

r_j - ранг j -го ($j = 1 \div m$) зовнішнього економічного чинника;

r_l - ранг l -го ($l = m + 1 \div n$) внутрішнього економічного чинника;

[] - ціла частина числа.

Недоліком формули 1.8 є те, що існують випадки, коли не враховується деяка кількість конкурентних переваг. Можна казати про наявність у страхової компанії конкурентної переваги, якщо вона зумовлена чинниками або зовнішнього, або внутрішнього середовища. Якщо виникає ситуація, коли одна конкурентна перевага зумовлена лише чинниками внутрішнього середовища, а дві інші – лише чинниками зовнішнього середовища, то сума бінарних характеристик наявності у s -ї ($s = 1 \div N$) страхової компанії i -ї ($i = 1 \div k$) конкурентної переваги, обумовленої зовнішніми чинниками $\sum_{i=1}^k Z_{zi} |S_{zi} \geq 1$ буде дорівнювати $k - 2$, а сума бінарних характеристик наявності у s -ї ($s = 1 \div N$) страхової компанії i -ї ($i = 1 \div k$) конкурентної переваги, обумовленої внутрішніми чинниками $\sum_{i=1}^k Z_{vi} |S_{vi} \geq 1$ буде дорівнювати $k - 1$. В такому разі для розрахунку k_s буде обрана сума бінарних характеристик наявності у s -ї ($s = 1 \div N$) страхової компанії i -ї ($i = 1 \div k$) конкурентної переваги, обумовленої внутрішніми чинниками $\sum_{i=1}^k Z_{vi} |S_{vi} \geq 1$ і перевага, яка зумовлена зовнішніми чинниками, але не зумовлена внутрішніми не буде врахована. Крім цього, оскільки синергетичний ефект може виникнути в розрізі кожної конкурентної переваги і бути обумовленим як зовнішніми, так і внутрішніми чинниками, то і визначення кількості конкурентних переваг і синергетичного ефекту слід проводити в розрізі конкретної переваги.

Зважаючи на зазначені аспекти пропонується внести зміни до формул 1.8 – 1.10. Таким чином, розрахунок кількості конкурентних переваг s -ї СК з урахуванням синергетичного ефекту буде розраховуватися за формулою:

$$k_s = \sum_{i=1}^k \max\{Z_{zi} | S_{zi} \geq 1; Z_{vi} | S_{vi} \geq 1\} + \sum_{i=1}^k \left[\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m r_j a_{ji} \right] | S_{zi} \geq 2 + \sum_{i=1}^k \left[\frac{1}{n-m} \sum_{l=m+1}^n r_l a_{li} \right] | S_{vi} \geq 2. \quad (1.12)$$

Кількість конкурентних переваг s -ї ($s = 1 \div N$) СК, обумовлених зовнішніми та внутрішніми чинниками буде розраховано за формулами:

$$k_{zs} = \sum_{i=1}^k Z_{zi} | S_{zi} \geq 1 + \sum_{i=1}^k \left[\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m r_j a_{ji} \right] | S_{zi} \geq 2. \quad (1.13)$$

$$k_{vs} = \sum_{i=1}^k Z_{vi} | S_{vi} \geq 1 + \sum_{i=1}^k \left[\frac{1}{n-m} \sum_{l=m+1}^n r_l a_{li} \right] | S_{vi} \geq 2. \quad (1.14)$$

Кількісна оцінка рівня конкурентоспроможності страхової компанії на страховому ринку визначається за формулою 1.15.

$$RK_s = \frac{k_s}{k + k \cdot \left[\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m r_j \right] + k \cdot \left[\frac{1}{n-m} \sum_{l=m+1}^n r_l \right]}. \quad (1.15)$$

Необхідною умовою застосування описаної вище методики визначення рівня конкурентоспроможності страхової компанії є ідентифікація відповідних економічних чинників формування конкурентного середовища та конкурентних переваг, як зовнішніх, так і внутрішніх.

До внутрішніх чинників формування конкурентного середовища на страховому ринку пропонується віднести:

- мережева структура представництв страхових компаній;
- частка страхового ринку, який займає певна страхова компанія;
- фінансова стійкість страхової компанії;
- рівень виплат страхової компанії;
- диверсифікація страхових послуг;
- співробітництво з іноземними страховими компаніями;

- доступність інформації про діяльність страхової компанії;
- якість обслуговування;
- співробітництво страхової компанії з банками;
- участь СК в ЛСОУ (Ліга страхових компаній України).

До зовнішніх чинників формування конкурентного середовища на страховому ринку пропонується віднести:

- індекс конкурентоспроможності країни;
- індекс якості життя;
- ВВП на душу населення;
- рівень інвестиційної привабливості країни;
- політичний чинник;
- система оподаткування;
- зміна валютного курсу;
- економічні зв'язки країни;
- процентна ставка за депозитами та кредитами.

Зазначені чинники можуть надавати певні конкурентні переваги:

- збільшення кількості клієнтів;
- інтенсифікація попиту на страхові послуги;
- нарощування обсягів фінансових потоків;
- покращення фінансових можливостей;
- посилення мобільності капіталу;
- посилення довіри до компанії;
- зниження рівня фінансового та підприємницького ризиків.

Для визначення вагомості зовнішніх та внутрішніх чинників формування конкурентного середовища використовується метод аналізу ієрархій Сааті та розрахунку векторів пріоритетів [12].

Ще одним недоліком моделі є те, що вона у значній мірі суб'єктивна. Для усунення цього недоліку пропонується розробити систему показників, виходячи з яких визначається, чи надає певний економічний чинник конкретну конкурентну перевагу СК. Для цього застосовується технологія

обробки інформації на основі порівняння з еталонним показником.

Першим внутрішнім чинником формування конкурентного середовища є мережева структура представництв страхової компанії. З точки зору страхової компанії розгалужена мережа представництв дозволяє залучити більшу кількість клієнтів, а для клієнта – підвищує зручність та ефективність обслуговування. Для визначення чи надає цей чинник конкурентні переваги аналізується кількість областей в яких представлена дана страхова компанія та кількість представництв. Таким чином залежність наявності конкурентних переваг від цього чинника представлена в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Залежність отримання страховою компанією конкурентних переваг від внутрішнього чинника – мережева структура представництв

Кількість покритих областей та представництв	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків
25 областей, більше 100 представництв	1	1	1	1	1	1	0
25 областей, більше 50 представництв	1	1	1	1	0	1	0
25 областей, більше 25 представництв	1	1	1	1	0	0	0
Більше 10 областей, більше 15 представництв	1	0	1	1	0	0	0
Менше 10 областей	0	0	0	0	0	0	0

Внутрішній чинник формування конкурентного середовища – частка СР, який займає певна страхова компанія вимірюється у відсотках. Контролюючи значний сегмент страхового ринку СК має більший вплив на

формування ціни страхової послуги та інших ринкових характеристик.

Власний капітал страхової компанії є гарантією збереження її фінансової стійкості, навіть за умови браку страхових премій та прибутку від інвестиційної діяльності, необхідних для виконання поточних та довгострокових зобов'язань [2]. Коефіцієнт фінансової незалежності або коефіцієнт капіталізації розраховується як відношення власного капіталу до валюти балансу [4] і показує питому вагу власного капіталу в загальній сумі засобів, авансованих у його діяльність. Частина власного капіталу в загальній сумі фінансових ресурсів повинна бути не меншою 50%, тобто коефіцієнт капіталізації, що визначає фінансову стійкість більше 0,5.

Диверсифікація страхових послуг. Широкий спектр послуг, що надаються СК, сприяє більш повному задоволенню потреб клієнта. Будь-яка СК, яка здійснює свою діяльність на території України, працює згідно ліцензій на певні види страхування [1]. Максимальна кількість ліцензій, яку може отримати СК на здійснення страхових послуг складає 59 штук.

Співробітництво з іноземними компаніями як внутрішній чинник формування конкурентного середовища дозволяє вивчати інші ринки і освоювати діяльність поза межами національного страхового ринку. Також співробітництво з іноземними страховими компаніями є вигідним і для забезпечення від ризиків, пов'язаних із діяльністю на внутрішньому ринку шляхом перестраховування. Визначення наявності у СК конкурентної переваги буде здійснюватися в залежності від кількості її партнерів-перестраховиків.

Доступність інформації та якість обслуговування як внутрішні чинники формування конкурентного середовища відносяться до якісних показників. Наявність конкурентних переваг визначається на основі експертних оцінок.

Співробітництво з банками. Цей чинник надає конкурентні переваги в залежності від того скільки банків-партнерів має страхова компанія.

Важливим чинником формування конкурентного середовища є рівень виплат. Даний коефіцієнт характеризує співвідношення виплачених компанією коштів і платежів, отриманих від клієнтів. Визначити рівень

виплат можна поділивши об'єм виплат на об'єм платежів. Оптимальний рівень виплат для української страхової компанії повинен знаходитися в межах від 50 до 70%. Всі цифри нижче 50% можуть свідчити про завищені тарифи або нелояльну виплатну політику. Якщо ж рівень виплат вище 70%, це говорить про незбалансованість страхового портфеля, що може негативно впливати на здатність компанії виконувати свої обов'язки в подальшому.

Участь страхової компанії в Лізі страхових організацій України також може надавати конкурентні переваги.

Ефективність реалізації внутрішніх можливостей страхових компаній значною мірою обумовлена зовнішнім середовищем їх функціонування. Так, зовнішні чинники формування конкурентного середовища на страховому ринку відображають умови реалізації потенційних можливостей страховиків, які забезпечуються країною їх розташування [8].

В залежності від певних показників розвиненості країни страхові компанії, які працюють на його ринку будуть отримувати конкурентні переваги. Тому кількість конкурентних переваг, які отримає страхова компанія буде залежати від рівня розвитку країни, резидентом якої вона є.

В разі присутності на страховому ринку іноземних страхових компаній, їх репутація, довіра до них з боку споживачів, і відповідно конкурентоспроможність, буде залежати загалом від ставлення до країни їх походження. Кількісно це може бути виражено індексом конкурентоспроможності країни. Показники якості життя та ВВП на душу населення визначають рівень платоспроможного попиту на страхові послуги. Вплив політичного чинника на конкурентоспроможність може проявлятися у лобіюванні інтересів окремих страхових компаній.

Залежність вище перерахованих чинників формування конкурентного середовища наведено в додатку А.

Поділ чинників формування конкурентних переваг на зовнішні та внутрішні робить модель придатною для застосування не лише на національному ринку страхових послуг, але й на СР будь-якої іншої країни.

2 ПРОГРАМНА РЕАЛІЗАЦІЯ МОДЕЛІ

Для реалізації моделі оцінки конкурентоспроможності страхових компаній розроблено програмний додаток. У якості мови програмування було обрано C#. На рисунку 2.1 представлено вікно, яке відкривається при запуску програми. У цьому вікні користувач вводить значення показників, які зумовлюють надання конкурентних переваг чинниками внутрішнього і зовнішнього середовища.

Рисунок 2.1 – Інтерфейс користувача

Для визначення того, які конкурентні переваги будуть надаватися зовнішніми чинниками, користувачу необхідно обрати тип країни, на страховому ринку якої працює страховик.

Для зображення функціональних можливостей програмного додатку оберемо страхову компанію та оцінимо рівень її конкурентоспроможності. Для прикладу оберемо страхову компанію «Оранта». Кількість представництв цієї компанії досягає 676, які розташовані в усіх областях України. «Оранта» займає 11 % страхового ринку України. Власний капітал компанії складає

788447 тис. грн., підсумок балансу – 1122492 тис. грн., страхові виплати – 290509,30 тис. грн., страхові премії – 643888,30 тис. грн. Компанія має 31 ліцензію на надання страхових послуг, співпрацює з 5 банками та має договори перестраховування з 10 іноземними компаніями. «Оранта» не являється учасником Ліги страхових організацій України, має незадовільну якість обслуговування та частково доступну інформацію. Компанія працює на страховому ринку країни, що розвивається.

На вкладці Ранги за замовчуванням встановлена вагомість внутрішніх та зовнішніх чинників формування конкурентного середовища на СР розрахована за методом аналізу ієрархій Сааті. За необхідністю ранги впливу чинників можна змінювати. Вигляд вкладки на якій встановлюються ранги зовнішніх та внутрішніх чинників формування конкурентного середовища зі встановленими за замовчуванням рангами зображено на рисунку 2.2.

Внутрішні чинники	ранги	Зовнішні чинники	ранги
Мережева структура представництв	5	Індекс конкурентоспроможності країни	8
Частка страхового ринка	9	Індекс якості життя	9
Фінансова стійкість	10	ВВП на душу населення	5
Рівень виплат	8	Рівень інвестиційної привабливості країни	7
Диверсифікація страхових послуг	3	Політичний чинник	4
Співробітництво з іноземними СК	7	Система оподаткування	6
Доступність інформації	2	Зміна валютного курсу	3
Якість обслуговування	4	Економічні зв'язки країни	2
Співробітництво з банками	6	Процентна ставка за депозитами	1
Участь в ЛСОУ Ліга страхових організацій України	1		

Рисунок 2.2 – Відображення рангів чинників формування конкурентоспроможності середовища

Після внесення в програмний додаток початкових даних та натиснення кнопки «Розрахувати» буде сформована матриця бінарних характеристик

наявності у страхової компанії конкурентних переваг зумовлених внутрішніми і зовнішніми чинниками формування конкурентного середовища страхового ринку (рисунок Б.1 додатку Б). Формування цієї матриці відбувається на основі визначених в таблицях додатку А залежностей надання певним чинником конкурентних переваг від значення показників, що характеризують компанію або страховий ринок.

На основі сформованої матриці бінарних характеристик наявності у компанії конкурентних переваг після натиснення кнопки «Розрахувати» програма розраховує кількість конкурентних переваг страхової компанії, які зумовлені внутрішніми чинниками, кількість конкурентних переваг, зумовлених зовнішніми чинниками, загальну кількість конкурентних переваг страхової компанії та її рівень конкурентоспроможності (рисунок 2.3).

Кількість переваг наданих внутрішніми чинниками	31
Кількість переваг наданих зовнішніми чинниками	22
Кількість переваг наданих всіма чинниками	46
Рівень конкурентоспроможності	0,597

Рисунок 2.3 – Результати розрахунків за моделлю

Отже, страхова компанія «Оранта» має 31 конкурентну перевагу, зумовлену внутрішніми чинниками, 22 конкурентні переваги, зумовлені зовнішніми чинниками, 46 конкурентних переваг, наданих всіма чинниками, а її рівень конкурентоспроможності 0,597.

Програмний додаток спрощує систему розрахунку індексу конкурентоспроможності, та значно автоматизує процеси заповнення матриць бінарних характеристик наявності конкурентних переваг, зумовлених чинниками конкурентного середовища.

3 АПРОБАЦІЯ МОДЕЛІ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ТА АНАЛІЗ ОТРИМАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Для аналізу конкурентоспроможності страхових компаній за допомогою розробленої моделі було обрано 16 страхових компаній: СК «Альфа-Страховання», СК «АСКА», СК «Allianz Україна», СК «Альфа-Гарант», СК «Брокбизнес», СК «Дженералі Гарант», СК «Європейський страховий альянс», СК «Еталон», СК «Інго», СК «Кредо_Класік (UNIQA)», СК «Оранта», СК «ПРОСТО-страховання», СК «ТАС», СК «Українська страхова група», СК «Універсальна».

Перш за все для визначення конкурентоспроможності СК слід визначити вагомість чинників формування конкурентного середовища. Ці розрахунки проводимо за методом аналізу ієрархій Сааті. Для більш досконалого визначення пріоритетів чинників застосуємо метод Сааті декілька разів. По-перше визначимо вагомість внутрішніх чинників з різних точок зору: клієнта, інвестора та СК. У таблиці 3.1 наведено результати попарного порівняння внутрішніх чинників формування конкурентного середовища з точки зору клієнта, а у таблиці 3.2 – вектор пріоритетів.

Таблиця 3.1 – Результати попарного порівняння внутрішніх чинників з точки зору клієнта страхової компанії

Внутрішні чинники формування конкурентного середовища	Мережева структура представництв	Частка страхового ринку	Фінансова стійкість	Рівень виплат	Диверсифікація страхових послуг	Співробітництво з іноземними СК	Доступність інформації	Якість обслуговування	Співробітництво з банками	Участь в ЛСОУ
Мережева структура представництв	1	7	1/3	1/3	1	5	5	1/3	7	3
Частка страхового ринку	1/7	1	1/7	1/9	1/5	1/3	1/3	1/7	1	1/5
Фінансова стійкість	3	7	1	1	3	7	5	3	9	3
Рівень виплат	3	9	1	1	5	7	7	3	9	5
Диверсифікація страхових послуг	1	5	1/3	1/5	1	5	3	1/3	5	3

Продовження таблиці 3.1

Внутрішні чинники формування конкурентного середовища	Мережева структура представництв	Частка страхового ринку	Фінансова стійкість	Рівень виплат	Диверсифікація страхових послуг	Співробітництво з іноземними СК	Доступність інформації	Якість обслуговування	Співробітництво з банками	Участь в ЛСОУ
Співробітництво з іноземними СК	1/5	3	1/7	1/7	1/5	1	1	1/5	3	1/3
Доступність інформації	1/5	3	1/5	1/7	1/3	1	1	1/5	3	1/3
Якість обслуговування	3	7	1/3	1/3	3	5	5	1	7	3
Співробітництво з банками	1/7	1	1/9	1/9	1/5	1/3	1/3	1/7	1	1/5
Участь в ЛСОУ	1/3	5	1/3	1/5	1/3	3	3	1/3	5	1

Таблиця 3.2 – Вектор пріоритетів внутрішніх чинників формування конкурентного середовища

Внутрішні чинники формування конкурентного середовища	Вектор пріоритетів
Мережева структура представництв	0,108921892
Частка страхового ринку	0,017360167
Фінансова стійкість	0,223313604
Рівень виплат	0,262308389
Диверсифікація страхових послуг	0,091943243
Співробітництво з іноземними СК (перестраховання)	0,031097633
Доступність інформації	0,033847377
Якість обслуговування	0,151443819
Співробітництво з банками	0,016929318
Участь в ЛСОУ (Ліга страхових організацій України)	0,062834559

Результати попарних порівнянь та вектори пріоритетів для внутрішніх і зовнішніх чинників формування конкурентного середовища з точок зору клієнтів, інвесторів і власників страхових компаній наведені в Додатку В.

Для визначення вагомості внутрішніх чинників формування конкурентного середовища знайдемо середнє значення для кожного чинника серед трьох векторів пріоритетів (таблиця Г.1 додатку Г). У таблиці Г.2 додатку Г наведені вектори пріоритетів зовнішніх чинників з точки зору

клієнта, інвестора та страхової компанії, а також інтегральна оцінка вагомості зовнішніх чинників.

Для аналізу наявності певних конкурентних переваг у страхових компаній необхідним є збір, аналіз та систематизація початкових даних. У якості вхідної інформації було взято фінансові показники діяльності, які публікуються на офіційних сайтах страхових компаній. У додатку Д наведені фінансові показники діяльності страхових компаній та визначені на їх основі значення показників для визначення наявності у страхової компанії конкурентних переваг.

Для чинника доступність інформації оцінка 5 відповідає повністю доступній інформації, 4 – частково доступній інформації, 3, 2, 1 – важкодоступній інформації.

Для чинника якість обслуговування оцінка 5 відповідає відмінній якості обслуговування, 4 – добрій, 3 – задовільній, 2 та 1 – незадовільній.

Для чинника участь у ЛСОУ знак «+» означає, що компанія є членом ЛСОУ.

Оскільки розглядаються страхові компанії, які здійснюють свою діяльність на страховому ринку України, то конкурентні переваги, зумовлені зовнішніми чинниками формування конкурентоспроможності будуть надаватися страховим компаніям як таким, що працюють на страховому ринку країн що розвиваються.

Для прикладу розглянемо, які конкурентні переваги має страхова компанія «Дженералі Гарант».

Ця компанія має 126 представництв, які розміщені в 25 областях України. Таким чином, чинник мережева структура представництв, згідно таблиці 1.2 обумовить збільшення кількості клієнтів, збільшення попиту на страхові послуги, нарощення обсягів фінансових потоків, покращення фінансових можливостей страхової компанії, посилення мобільності капіталу та посилення довіри до компанії.

Коефіцієнт капіталізації компанії «Дженералі Гарант» дорівнює 0,42, що більше 0,3, тому внутрішній чинник формування конкурентного середовища – фінансова стійкість зумовить збільшення клієнтів компанії, інтенсифікацію попиту на страхові послуги та підвищення довіри до СК.

Компанія має 25 ліцензій на здійснення страхових послуг, тому їх диверсифікація, як чинник формування конкурентного середовища зумовить виникнення таких конкурентних переваг як збільшення кількості клієнтів, збільшення попиту на страхові послуги, нарощення обсягів фінансових потоків, посилення довіри до компанії та зниження рівня ризику.

Конкурентні переваги, які має страхова компанія і чинники, якими вони зумовлені наведено в таблиці 3.3.

Для того, щоб можна було визначити рівень конкурентоспроможності кожної страхової компанії знайдемо загальну кількість конкурентних переваг досягнення якої є можливим за наявного конкурентного середовища. Максимально можлива кількість конкурентних переваг отримана за умови, коли кожен чинник формування конкурентного середовища буде надавати кожен конкурентну перевагу і дорівнює 77.

Отже, страхова компанія «Дженералі Гарант» має 29 конкурентних переваг, зумовлених внутрішніми чинниками формування конкурентного середовища та 22 конкурентні переваги зумовлені зовнішніми чинниками формування конкурентного середовища. Загальна кількість конкурентних переваг страхової компанії 44. Порівнюючи це значення з загальною кількістю конкурентних переваг, досягнення яких є можливим в даному конкурентному середовищі маємо, що рівень конкурентоспроможності страхової компанії «Дженералі Гарант» становить 0,57.

Аналогічним чином розраховуємо кількість конкурентних переваг для інших страхових компаній. У додатку Е наведені таблиці загальної кількості конкурентних переваг для 16 страхових компаній.

Таблиця 3.3 – Конкурентні переваги компанії «Дженералі Гарант»

		Конкурентні переваги											
		Ранг чинника	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків	Сума			
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (п)	1	Мережева структура представництв	5	1	1	1	1	1	1	0	-	
		2	Частка страхового ринку	9	1	1	1	1	1	1	1	0	-
		3	Фінансова стійкість	10	1	1	0	0	0	1	0	0	-
		4	Рівень виплат	8	1	1	1	1	1	1	1	1	-
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	0	0	1	0	0	-
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	1	0	0	1	1	1	1	-
		7	Доступність інформації	2	1	1	0	0	0	0	0	0	-
		8	Якість обслуговування	4	0	0	0	0	0	0	0	0	-
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	1	1	0	1	0	0	-
		10	Участь в ЛСОУ	1	0	0	0	0	0	0	0	0	-
Сума (Svi)			8	8	5	4	4	7	2	2	-		
Наявність i-тої конкурентної переваги (Zvi)			1	1	1	1	1	1	1	1	-		
Синергетичний ефект (Evi)			5	5	3	2	2	4	1	1	-		
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	1	0	1	0	-	
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	0	-	
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	0	-	
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	0	-	
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	0	-	
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	0	-	
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	0	-	
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	1	-	
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	0	-	
Сума (Szi)			7	8	7	6	2	2	1	1	-		
Наявність i-тої конкурентної переваги (Zzi)			1	1	1	1	1	1	1	1	-		
Синергетичний ефект (Ezi)			3	4	4	3	0	1	0	0	-		
Кількість конкурентних переваг СК(ks)			9	10	8	6	3	6	2	2	44		
Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)			6	6	4	3	3	5	2	2	29		
Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)			4	5	5	4	1	2	1	1	22		

В таблиці 3.4 наведено інформацію про кількість конкурентних переваг страхових компаній, про рівень конкурентоспроможності та рейтинг, побудований на основі рівнів конкурентоспроможності страхових компаній.

Таблиця 3.4 – Кількість конкурентних переваг страхових компаній та їх рівень конкурентоспроможності

Страхові компанії	Загальна кількість конкурентних переваг СК	Рівень конкурентоспроможності СК	Рейтинг
Альфа Страхование	39	0,51	11
АСКА	41	0,53	7
Allianz Україна	32	0,42	16
Альфа-Гарант	38	0,49	13
АХА страхування	41	0,53	7
Брокбизнес	35	0,45	15
Дженералі Гарант	44	0,57	3
Європейський страховий альянс	37	0,48	14
Еталон	41	0,53	7
Инго	42	0,55	6
Кредо_Класік (UNIQA)	43	0,56	4
Оранта	46	0,60	2
Про100 страхування	41	0,53	7
ТАС	39	0,51	11
Українська страхова група	52	0,68	1
Универсальная	43	0,56	4

Результати таблиці 3.4 свідчать, що найвищий рівень конкурентоспроможності має СК «Українська страхова група». В першу чергу це зумовлене найвищим рівнем виплат цієї страхової компанії серед інших, гарним значенням показника фінансової стійкості та значною часткою ринку, яку займає ця страхова компанія. На другому місці СК «Оранта». Вона має дещо менші значення рівня виплат, проте гарне значення показника фінансової стійкості. На третьому місці страхова компанія «Дженералі Гарант», яка також має гарне значення показника рівня виплат, розгалужену мережеву структуру та достатню кількість партнерів-перестраховиків.

4 ПЕРЕВІРКА МОДЕЛІ НА АДЕКВАТНІСТЬ

Для перевірки адекватності моделі будемо порівнювати отримані значення конкурентоспроможності страхових компаній з рейтингами цих компаній. Для страхових компаній рейтинги складаються по страховим виплатам, страховим преміям, рівню виплат, розміру активів, тощо.

Найвідоміші рейтингові агентства проводять рейтинг страхових компаній за різними показниками: активи, власний капітал, страхові премії, страхові виплати, тощо. Оскільки модель оцінки конкурентоспроможності страхових компаній на основі конкурентних переваг з використанням синергетичного ефекту використовує значну кількість чинників, то для перевірки адекватності результатів доцільно розрахувати середній рейтинг страхових компаній. Для перевірки адекватності оберемо чотири страхові компанії: «Українська страхова група», «Оранта», «Дженералі Гарант» та «Універсальна». Середнє значення рейтингу для них 3, 6, 11 та 16 відповідно. В таблиці 4.1 наведені значення різних рейтингів, що складаються рейтинговими компаніями.

Таблиця 4.1 – Рейтинги страхових компаній України

Вид рейтингу	«Українська страхова група»	«Оранта»	«Дженералі Гарант»	«Універсальна»
Рейтинг прозорості страхових компаній	3	4	2	8
Рейтинг клієнтоорієнтованості СК	1	11	21	2
(рі)-рейтинг стійкості страхових компаній	2	1	19	24
рейтинг СК по страховим виплатам	3	2	8	13
рейтинг СК по страховим преміям	8	3	14	15
рейтинг СК по рівню виплат	2	16	4	35
Середнє значення	3	6	11	16

В таблиці 4.2 наведено рейтинг, розрахований за допомогою моделі та рейтинг, розрахований за середнім арифметичним з шести рейтингів, що публікуються рейтинговими агентствами.

Таблиця 4.2 – Перевірка адекватності, шляхом порівняння рейтингів

Страхові компанії України	Рейтинг на основі моделі	Середній рейтинг
Дженералі Гарант	3	11
Оранта	2	6
Українська страхова група	1	3
Универсальная	4	16

Проаналізувавши результати можна дійти висновку, що модель розрахунку конкурентоспроможності страхової компанії на основі конкурентних переваг з використанням синергетичного ефекту є адекватною, оскільки чотири обрані страхові компанії підтвердили рівні конкурентоспроможності зайнятими місцями в різних рейтингах страхових компаній.

Якщо аналізувати всі страхові компанії, то існує можливість деякого неспівпадання значень конкурентоспроможності страхових компаній з зайнятими місцями в рейтингах. Це в більшій мірі може бути зумовлено тим, що рейтинги будують за певним одним критерієм. Інтегральний показник середнього значення місця компанії в рейтингу враховує 6 критеріїв, але це значно менше ніж враховує модель оцінки конкурентоспроможності страхових компаній на основі конкурентних переваг з використанням синергетичного ефекту.

ВИСНОВКИ

Впровадження моделі оцінки конкурентоспроможності страхової компанії слугує підґрунтям для підвищення рівня конкурентоспроможності. Завдяки визначенню рівня конкурентоспроможності СК аналізує своє положення на внутрішньому і зовнішньому страхових ринках. Знання щодо кількості конкурентних переваг, внутрішніх та зовнішніх чинників, що їх зумовлюють, надають змогу керівництву СК розробляти стратегію покращення рівня конкурентоспроможності, тим самим змінюючи свої позиції як на зовнішньому, так і на внутрішньому страхових ринках.

В роботі представлено удосконалену модель оцінки конкурентоспроможності СК на основі конкурентних переваг з використанням синергетичного ефекту. Визначено зовнішні та внутрішні чинники формування конкурентного середовища на СР. За допомогою методу аналізу ієрархій встановлено вагомість кожного чинника для забезпечення конкурентних переваг, при цьому було враховано думки трьох суб'єктів ринку: клієнтів, інвесторів та керівників страхових компаній. Проаналізовано та обрано конкурентні переваги, які можуть надаватися чинниками конкурентного середовища. Розроблено систему показників, на основі яких визначається наявність конкурентної переваги, зумовленої чинниками формування конкурентного середовища у страхової компанії. Для збільшення об'єктивності моделі визначено межі, в яких повинні знаходитися показники для забезпечення найбільшої кількості конкурентних переваг. Модель апробовано для даних 16 українських страхових компаній і перевірено на адекватність. Результатом є рейтинг страхових компаній з урахуванням рівня конкурентоспроможності. Для реалізації моделі оцінки конкурентоспроможності розроблено програмний додаток з використанням мови програмування C#.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Базилевич, В.Д. Страхова справа [Текст] / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич. – К. : Знання, 1998. – 216 с. – ISBN 966-7131-11-4.
2. Бойко, А.О. Теоретичні основи та практичний досвід забезпечення фінансової стійкості страхової компанії [Текст] / А.О. Бойко // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси» : збірник наукових праць. – Луцький національний технічний університет, 2010. – Вип. 7 (25). – Ч. 4. – С.36–50.
3. Горбатов, В.М. Конкурентоспособность и циклы развития интегрированных структур бизнеса [Текст] : монографія / В.М. Горбатов. – Харьков : ИНЖЭК, 2006. – 592 с.
4. Гриценко, К.Г. Метод діагностування рівня капіталізації страхових компаній з використанням теорії нечіткої логіки [Текст] / К.Г. Гриценко // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2010. – № 2 (8). – С. 241–244.
5. Грод, А.М. Теоретичні засади формування конкурентоспроможних ринкових структур [Текст] / А.М. Грод // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 7. – С. 91–98.
6. Дворак, М.С. Чинники формування конкурентного середовища на ринку страхових послуг України [Текст] / М.С. Дворак // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 9. – С. 120–127.
7. Козьменко, О.В. Моделювання конкурентоспроможності страхових компаній з використанням синергетичного підходу [Текст] / О.В. Козьменко, О.В. Меренкова, Г.В. Кравчук // Управление соціально–економічними системами: проблемы и решения : монографія / под. общ. ред. Е.В. Мартяковой. – Донецк : ГВУЗ “ДонНТУ”, 2009. – С. 620–622.
8. Козьменко, О.В. Формування інтегрального підходу до оцінки конкурентоспроможності страхових і перестрахових компаній [Текст] / О.В. Козьменко, О.В. Меренкова // Вісник Української академії банківської

справи. – 2010. – N 1. – С. 124–130.

9. Кравчук, Г.В. Моделювання конкурентоспроможності страхових компаній (синергетичний підхід) [Текст] / Г.В. Кравчук // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць / Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». – Суми, 2009. – № 26. – С. 233–238.

10. Плюта, В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях [Текст]: пер. с пол./ В. Плюта. – М. : Статистика, 1989. – 174 с. – ISBN 5-279-00061-2.

11. Портер, М.Е. Конкуренция [Текст] : пер. с англ. / М.Е. Портер. – М. : Издательский дом "Вильямс", 2005. – 608 с. – ISBN 5-8459-0794-2 (рус.).

12. Саати, Т. Принятие решений: Метод анализа иерархий [Текст] / пер. с англ. / Т. Саати. – М. : «Радио и связь», 1993. – 275 с. – ISBN 5-256-00443-3.

13. Словарь по экономике [Текст] : пер. с англ. / под ред. П.А. Ватника. – СПб. : Экон. шк., 2004. – 752 с. – ISBN 5-900428-35-4.

14. Чупик, Г.Р. Наукові підходи до визначення категорій "конкуренція" та "конкурентоспроможність" [Текст] / Г.Р. Чупик // Вісник Львівської КА. – 2006. – № 22. – С. 55–58.

Додаток А

Залежність наявності певної конкурентної переваги від значень чинників формування конкурентного середовища

Таблиця А.1 – Залежність наявності конкурентних переваг від частки страхового ринку, яку займає страхова компанія

Частка страхового ринку	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків
Більше 10%	1	1	1	1	1	1	1
Більше 5%	1	1	1	1	1	1	0
Більше 2 %	1	1	1	0	0	0	0
Менше 2%	1	0	0	0	0	0	0

Таблиця А.2 – Залежність конкурентних переваг від фінансової стійкості страхової компанії

Коефіцієнт капіталізації	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків
Більше 0,5	1	1	1	1	1	1	1
Більше 0,3	1	1	0	0	0	1	0
Менше 0,3	0	0	0	0	0	0	0

Таблиця А.3 – Залежність конкурентних переваг від кількості ліцензій на здійснення страхових послуг

Кількість ліцензій	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків
Всі 59 видів ліцензій	1	1	1	1	1	1	1
Більше 30 ліцензій	1	1	1	1	0	1	1
Більше 20 ліцензій	1	1	1	0	0	1	1
Більше 10 ліцензій	1	1	0	0	0	0	0
Менше 10 ліцензій	0	0	0	0	0	0	0

Таблиця А.4 – Залежність конкурентних переваг від кількості іноземних компаній-перестраховиків

Кількість партнерів-перестраховальників	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків
Більше 10 іноземних СК	1	1	1	1	1	1	1
Більше 5 іноземних СК	1	1	0	0	1	1	1
Менше 5 іноземних СК	1	0	0	0	0	1	1
Жодної іноземної СК	0	0	0	0	0	0	0

Таблиця А.5 – Залежність конкурентних переваг від доступності інформації про страхову компанію

Рівень доступності інформації	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків
Повністю доступна	1	1	1	0	0	1	0
Частково доступна	1	1	0	0	0	0	0
Важкодоступна	0	0	0	0	0	0	0

Таблиця А.6 – Залежність конкурентних переваг від якості обслуговування

Оцінка якості обслуговування	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків
Відмінна	1	1	1	0	0	1	0
Добра	1	1	0	0	0	1	0
Задовільна	1	0	0	0	0	0	0
Незадовільна	0	0	0	0	0	0	0

Таблиця А.7 – Залежність конкурентних переваг від кількості банків-партнерів страхової компанії

Кількість банків партнерів	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків
Більше 20 банків	1	1	1	1	1	1	1
Більше 10 банків	1	1	1	1	0	1	0
Більше 5 банків	1	1	0	0	0	0	0
Менше 5 банків	0	0	0	0	0	0	0

Таблиця А.8 – Залежність конкурентних переваг від рівня виплат

Коефіцієнт виплат	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків
Більше 0,5	1	1	1	1	1	1	1
Більше 0,7	1	1	0	0	0	1	1
Більше 0,4	1	1	0	0	0	0	0
Менше 0,4	0	0	0	0	0	0	0

Таблиця А.9 – Залежність конкурентних переваг від участі страхової компанії в ЛСОУ

Приналежність до ЛСОУ	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків
Є учасником	1	1	0	1	1	1	0
Не є учасником	0	0	0	0	0	0	0

Таблиця А.10 – Залежність кількості конкурентних переваг страхової компанії від зовнішніх чинників

Рівень розвиненості країни	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків
Індекс конкурентоспроможності країни							
Економічно розвинуті країни	1	1	1	1	1	1	1
Країни, що розвиваються	1	1	1	1	0	1	0
Слаборозвинені країни	1	1	1	1	0	0	0
Індекс якості життя							
Економічно розвинуті країни	1	1	1	1	0	1	0
Країни, що розвиваються	1	1	1	0	0	0	0
Слаборозвинені країни	0	0	0	0	0	0	0

Продовження таблиці А.10

Рівень розвиненості країни	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компаній	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків
ВВП на душу населення							
Економічно розвинуті країни	1	1	1	1	1	1	0
Країни, що розвиваються	1	1	1	1	0	0	0
Слаборозвинені країни	0	0	0	0	0	0	0
Рівень інвестиційної привабливості країни							
Економічно розвинуті країни	0	1	1	1	1	1	0
Країни, що розвиваються	0	0	1	1	0	1	0
Слаборозвинені країни	0	0	0	0	0	0	0
Політичний чинник							
Економічно розвинуті країни	1	1	1	1	0	1	1
Країни, що розвиваються	1	1	0	0	0	0	0
Слаборозвинені країни	0	0	0	0	0	0	0
Система оподаткування							
Економічно розвинуті країни	1	1	1	0	0	1	0
Країни, що розвиваються	1	1	1	1	1	0	0
Слаборозвинені країни	0	0	0	0	0	0	0
Зміна валютного курсу							
Економічно розвинуті країни	1	1	1	1	0	1	1
Країни, що розвиваються	0	1	1	1	0	0	0
Слаборозвинені країни	0	0	0	0	0	0	0
Економічні зв'язки країни							
Економічно розвинуті країни	1	1	1	1	1	1	1
Країни, що розвиваються	1	1	1	1	1	0	1
Слаборозвинені країни	0	0	0	0	0	0	0
Процентна ставка за депозитами і кредитами							
Економічно розвинуті країни	1	1	1	1	1	1	1
Країни, що розвиваються	1	1	0	0	0	0	0
Слаборозвинені країни	0	0	0	0	0	0	0

Додаток Б

Екранна форма програми для оцінки конкурентоспроможності страхових компаній

Економічні показники та результати	Збільшення кількості клієнтів	Інтенсифікація попиту на страхові послуги	Нарощення обсягів фінансових потоків	Покращення фінансових можливостей	Посилення мобільності капіталу	Посилення довіри до компанії	Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризику
Мережева структура пред...	0	0	0	0	0	0	0
Частка страхового ринку	1	1	1	1	1	1	1
Фінансова стійкість	1	1	1	1	1	1	1
Рівень виплат	1	1	0	0	0	1	1
Диверсифікація послуг	1	1	1	1	0	1	1
Співробітництво з іноземн...	1	1	0	0	1	1	1
Доступність інформації	0	0	0	0	0	0	0
Якість обслуговування	1	0	0	0	0	0	0
Співробітництво з банками	1	1	1	1	0	1	0
Участь в ЛСОУ	1	1	1	1	1	1	1
Індекс конкурентоспромо...	1	1	1	1	0	1	0
Індекс якості життя	1	1	1	0	0	0	0
ВВП на душу населення	1	1	1	1	0	0	0
Рівень інвестиційної прива...	0	0	1	1	0	0	0
Політичний чинник	1	1	0	0	0	0	0
Система опадаткування	1	1	1	1	1	0	0
Зміна валютного курсу	0	1	1	1	0	0	0
Економічні зв'язки країни	1	1	1	1	1	0	1
* Процентна ставка за депо...	1	1	0	0	0	0	0

Рисунок Б.1 – Екранна форма для бінарних характеристик чинників формування конкурентного середовища

Додаток В

Результати попарного порівняння чинників формування конкурентного середовища

Таблиця В.1 – Результати попарного порівняння внутрішніх чинників з точки зору інвестора

	Мережева структура представництв	Частка страхового ринку	Фінансова стійкість	Рівень виплат	Диверсифікація страхових послуг	Співробітництво з іноземними СК	Доступність інформації	Якість обслуговування	Співробітництво з банками	Участь в ЛСОУ
Мережева структура представництв	1	1/5	1/7	3	7	1/3	1	5	1/3	7
Частка страхового ринку	5	1	1	7	9	1	5	9	3	9
Фінансова стійкість	7	1	1	9	9	3	7	9	5	9
Рівень виплат	1/3	1/7	1/9	1	3	1/5	1/3	1	1/5	5
Диверсифікація страхових послуг	1/7	1/9	1/9	1/3	1	1/7	1/5	1/3	1/7	3
Співробітництво з іноземними СК	3	1	1/3	5	7	1	3	5	1	7
Доступність інформації	1	1/5	1/7	3	5	1/3	1	5	1/5	7
Якість обслуговування	1/5	1/9	1/9	1	3	1/5	1/5	1	1/5	5
Співробітництво з банками	3	1/3	1/5	5	7	1	5	5	1	7
Участь в ЛСОУ	1/7	1/9	1/9	1/5	1/3	1/7	1/7	1/5	1/7	1

Таблиця В.2 – Результати попарного порівняння внутрішніх чинників з точки зору власника страхової компанії

	Мережева структура представництв	Частка страхового ринку	Фінансова стійкість	Рівень виплат	Диверсифікація страхових послуг	Співробітництво з іноземними СК	Доступність інформації	Якість обслуговування	Співробітництво з банками	Участь в ЛСОУ
Мережева структура представництв	1	1/5	1/5	1/3	1	1/3	3	3	1/3	5
Частка страхового ринку	5	1	1	3	5	3	7	7	5	9
Фінансова стійкість	5	1	1	3	7	3	9	7	5	9
Рівень виплат	3	1/3	1/3	1	5	1	7	5	3	7
Диверсифікація страхових послуг	1	1/5	1/7	1/5	1	1/3	3	1	1/3	3

Продовження таблиці В.2

	Мережева структура представництв	Частка страхового ринку	Фінансова стійкість	Рівень виплат	Диверсифікація страхових послуг	Співробітництво з іноземними СК	Доступність інформації	Якість обслуговування	Співробітництво з банками	Участь в ЛСОУ
Співробітництво з іноземними СК	3	1/3	1/3	1	3	1	5	5	1	7
Доступність інформації	1/3	1/7	1/9	1/7	1/3	1/5	1	1/3	1/5	3
Якість обслуговування	1/3	1/7	1/7	1/5	1	1/5	3	1	1/5	3
Співробітництво з банками	3	1/5	1/5	1/3	3	1	5	5	1	5
Участь в ЛСОУ	1/5	1/9	1/9	1/7	1/3	1/7	1/3	1/3	1/5	1

Таблиця В.3 – Результати попарного порівняння зовнішніх чинників з точки зору клієнта страхової компанії

	Індекс конкурентоспроможності країни	Індекс якості життя	ВВП на душу населення	Рівень інвестиційної привабливості країни	Політичний чинник	Система оподаткування	Зміна валютного курсу	Економічні зв'язки країни	Процентна ставка за депозитами і кредитами
Індекс конкурентоспроможності країни	1	1/3	1/3	7	3	7	3	5	5
Індекс якості життя	3	1	1	9	5	9	5	7	7
ВВП на душу населення	3	1	1	9	3	7	5	5	7
Рівень інвестиційної привабливості країни	1/7	1/9	1/9	1	1/7	1/3	1/5	1/5	1/3
Політичний чинник	1/3	1/5	1/3	7	1	5	1	3	5
Система оподаткування	1/7	1/9	1/7	3	1/5	1	1/3	1/3	1
Зміна валютного курсу	1/3	1/5	1/5	5	1	3	1	3	3
Економічні зв'язки країни	1/5	1/7	1/5	5	1/3	3	1/3	1	3
Процентна ставка за депозитами і кредитами	1/5	1/7	1/7	3	1/5	1	1/3	1/3	1

Таблиця В.4 – Результати попарного порівняння зовнішніх чинників з точки зору інвестора

	Індекс конкурентоспроможності країни	Індекс якості життя	ВВП на душу населення	Рівень інвестиційної привабливості країни	Політичний чинник	Система оподаткування	Зміна валютного курсу	Економічні зв'язки країни	Процентна ставка за депозитами і кредитами
Індекс конкурентоспроможності країни	1	9	9	1	5	3	3	5	7
Індекс якості життя	1/9	1	1	1/9	1/5	1/7	1/5	1/3	1/3
ВВП на душу населення	1/9	1	1	1/9	1/5	1/7	1/7	1/5	1/3
Рівень інвестиційної привабливості країни	1	9	9	1	5	5	5	7	7
Політичний чинник	1/5	5	5	1/5	1	1/3	1	1	3
Система оподаткування	1/3	7	7	1/5	3	1	3	5	5
Зміна валютного курсу	1/3	5	7	1/5	1	1/3	1	3	5
Економічні зв'язки країни	1/5	3	5	1/7	1	1/5	1/3	1	3
Процентна ставка за депозитами і кредитами	1/7	3	3	1/7	1/3	1/5	1/5	1/3	1

Таблиця В.5 – Результати попарного порівняння зовнішніх чинників з точки зору власника страхової компанії

	Індекс конкурентоспроможності країни	Індекс якості життя	ВВП на душу населення	Рівень інвестиційної привабливості країни	Політичний чинник	Система оподаткування	Зміна валютного курсу	Економічні зв'язки країни	Процентна ставка за депозитами і кредитами
Індекс конкурентоспроможності країни	1	1/5	3	1/3	3	1/3	5	3	5
Індекс якості життя	5	1	5	3	7	3	9	7	9
ВВП на душу населення	1/3	1/5	1	1/5	3	1/5	5	3	5
Рівень інвестиційної привабливості країни	3	1/3	5	1	5	1	7	5	9
Політичний чинник	1/5	1/7	1/3	1/5	1	1/5	3	1	3
Система оподаткування	3	1/3	5	1	5	1	7	5	7
Зміна валютного курсу	1/5	1/9	1/5	1/7	1/3	1/7	1	1/3	1
Економічні зв'язки країни	1/3	1/7	1/3	1/5	1	1/5	3	1	3
Процентна ставка за депозитами і кредитами	1/5	1/9	1/5	1/9	1/3	1/7	1	1/3	1

Додаток Г

Вектори пріоритетів для різних експертів, інтегральна оцінка вагомості
внутрішніх та зовнішніх чинників

Таблиця Г.1 – Вектори пріоритетів для різних експертів та інтегральна оцінка вагомості внутрішніх чинників

Внутрішні чинники формування конкурентного середовища	Вагомість для клієнта	Вагомість для інвестора	Вагомість для власника	Інтегральна оцінка	Ранг чинника
Мережева структура представництв	0,109	0,068	0,051	0,076	5
Частка страхового ринку	0,017	0,225	0,247	0,163	9
Фінансова стійкість	0,223	0,290	0,262	0,258	10
Рівень виплат	0,262	0,031	0,135	0,143	8
Диверсифікація страхових послуг	0,092	0,017	0,040	0,050	3
Співробітництво з іноземними СК	0,031	0,141	0,111	0,095	7
Доступність інформації	0,034	0,062	0,021	0,039	2
Якість обслуговування	0,151	0,028	0,031	0,070	4
Співробітництво з банками	0,017	0,127	0,087	0,077	6
Участь в ЛСОУ (Ліга страхових організацій України)	0,063	0,012	0,015	0,030	1

Таблиця Г.2 – Вектори пріоритетів та інтегральна оцінка вагомості зовнішніх чинників

Зовнішні чинники формування конкурентного середовища	Вагомість для клієнта	Вагомість для інвестора	Вагомість для СК	Інтегральна оцінка	Ранг чинника
Індекс конкурентоспроможності країни	0,159	0,266	0,097	0,174	8
Індекс якості життя	0,292	0,019	0,330	0,214	9
ВВП на душу населення	0,258	0,018	0,068	0,115	5
Рівень інвестиційної привабливості країни	0,016	0,309	0,195	0,173	7
Політичний чинник	0,095	0,072	0,038	0,068	4
Система оподаткування	0,027	0,150	0,190	0,122	6
Зміна валютного курсу	0,077	0,095	0,020	0,064	3
Економічні зв'язки країни	0,048	0,055	0,041	0,048	2
Процентна ставка за депозитами і кредитами	0,029	0,033	0,019	0,027	1

Додаток Д

Дані для визначення наявності конкурентних переваг у страхових компаній

Таблиця Д.1 – Фінансові показники діяльності страхових компаній

Страхові компанії	Страхові премії, тис. грн..	Страхові виплати, тис. грн..	Власний капітал, тис. грн..	Підсумок балансу, тис. грн.
Альфа Страхование	81994	31436	133835	200 090,00
АСКА	290 774,7	120 093,9	286 695	381 882
Allianz Україна	97 423,20	33 859,00	40 430,10	112 060,80
Альфа-Гарант	36 892,20	20 862,30	149 887,70	183 050,80
АХА страхування	700000	300000	103 259	389 026
Брокбизнес	219 024,7	73 459,7	114 391,0	215451
Дженералі Гарант	273 623	162 227	154820	371 270
Європейський страховий альянс	96 120,2	43 091,5	65 258,0	116773
Еталон	54 993,0	19 716,4	95 521,0	133 061,00
Инго	437 235,80	192 990,20	226 337,00	479612
Кредо_Класік (UNIQA)	528 320,3	221 043,1	105 633,0	289175
Оранта	643 888,30	290 509,30	788 447	1122492
Про100 страхування	176 118,3	76 692,8	62 925,0	201 614
ТАС	360 916,51	126 029,65	182 232,60	504 564,10
Українська страхова група	407 647,1	264 834,8	111 894,0	222488,2
Универсальная	249 011,2	86 678,6	13 828,0	27745

Таблиця Д.2 – Показники діяльності страхових компаній

Страхові компанії	Кількість областей	Кількість представництв	Частка страхового ринку	Коефіцієнт фінансової незалежності	Рівень виплат	Кількість ліцензії	Кількість іноземних перестраховиків	Доступність інформації	Якість обслуговування	Кількість банків-партнерів	Участь у ЛСОУ
Альфа Страхование	25	84	0,9	0,67	0,38	23	9	3	2	16	+
АСКА	25	40	3	0,75	0,41	28	10	1	3	-	+
Allianz Україна	8		1,1	0,36	0,35	29	6	2	4	8	+
Альфа-Гарант	25	30	0,7	0,82	0,57	21	4	2	2	10	+
АХА страхування	25	184	8	0,27	0,43	21	10	2	5	37	+
Брокбизнес	25	42	1,5	0,53	0,34	38	4	3	3	7	+
Дженералі Гарант	25	126	8	0,42	0,59	25	9	4	2	14	-
Європейський страховий альянс	12	19	1,5	0,56	0,45	27	8	3	4	-	+
Еталон	9		2,3	0,72	0,36	23	11	4	4	17	+
Инго	25	100	6	0,47	0,44	25	19	5	3	8	-
Кредо_Класік (UNIQA)	25	110	9	0,37	0,42	29	6	2	5	21	+
Оранта	25	676	11	0,70	0,45	31	10	4	2	5	-
Про100 страхування	25	97	7	0,31	0,44	21	4	4	2	12	+
ТАС	25	321	3,6	0,36	0,35	28	16	4	3	16	+
Українська страхова група	25	62	14,5	0,50	0,65	25	6	5	5	29	+
Універсальня	25	34	2,7	0,50	0,35	28	11	5	4	21	+

Таблиця Е.2 – Конкурентні переваги компанії «Альфа Страхування»

			Конкурентні переваги							М		
			Ранг чинника		1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу		6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків
			Ранг чинника	Ранг чинника								
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (п)	1	Мережева структура представництв	5	1	1	1	1	0	1	0	
		2	Частка страхового ринку	9	1	0	0	0	0	0	0	0
		3	Фінансова стійкість	10	1	1	1	1	1	1	1	1
		4	Рівень виплат	8	0	0	0	0	0	0	0	0
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	0	0	0	1	1
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	1	0	0	1	1	1	1
		7	Доступність інформації	2	0	0	0	0	0	0	0	0
		8	Якість обслуговування	4	0	0	0	0	0	0	0	0
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	1	1	0	1	0	0
		10	Участь в ЛСОУ	1	1	1	0	1	1	1	1	0
Сума (Svi)				7	6	4	4	3	6	3		
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zvi)				1	1	1	1	1	1	1		
Синергетичний ефект (Evi)				4	3	2	2	1	3	2		
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	1	0	1	0	
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	0	
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	0	
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	0	
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	0	
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	0	
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	0	
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	1	
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	0	
Сума (Szi)				7	8	7	6	2	2	1		
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zzi)				1	1	1	1	1	1	1		
Синергетичний ефект (Ezi)				3	4	4	3	0	1	0		
Кількість конкурентних переваг СК(ks)				8	8	7	6	2	5	3	39	
Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)				5	4	3	3	2	4	3	24	
Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)				4	5	5	4	1	2	1	22	

Таблиця Е.3 – Конкурентні переваги компанії «АСКА»

		Ранг чинника	Конкурентні переваги							М	
			1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків		
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (п)	1	Мережева структура представництв	5	1	1	1	1	0	0	0
		2	Частка страхового ринку	9	1	1	1	0	0	0	0
		3	Фінансова стійкість	10	1	1	1	1	1	1	1
		4	Рівень виплат	8	1	1	0	0	0	0	0
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	0	0	1	1
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	1	1	1	1	1	1
		7	Доступність інформації	2	0	0	0	0	0	0	0
		8	Якість обслуговування	4	1	0	0	0	0	0	0
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	0	0	0	0	0
		10	Участь в ЛСОУ	1	1	1	0	1	1	1	0
Сума (Svi)		9	8	5	4	3	4	3			
Наявність i-тої конкурентної переваги (Zvi)		1	1	1	1	1	1	1			
Синергетичний ефект (Evi)		5	4	3	2	1	2	2			
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	1	0	1	0
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	0
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	0
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	0
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	0
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	0
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	0
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	1
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	0
Сума (Szi)		7	8	7	6	2	2	1			
Наявність i-тої конкурентної переваги (Zzi)		1	1	1	1	1	1	1			
Синергетичний ефект (Ezi)		3	4	4	3	0	1	0			
Кількість конкурентних переваг СК(ks)		9	9	8	6	2	4	3	41		
Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)		6	5	4	3	2	3	3	26		
Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)		4	5	5	4	1	2	1	22		

Таблиця Е.4 – Конкурентні переваги компанії «Allianz»

		Конкурентні переваги								М	
		Ранг чинника	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків		
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (п)	1	Мережева структура представництв	5	1	0	1	0	0	0	0
		2	Частка страхового ринку	9	1	0	0	0	0	0	0
		3	Фінансова стійкість	10	1	1	0	0	0	1	0
		4	Рівень виплат	8	0	0	0	0	0	0	0
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	0	0	1	1
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	1	0	0	1	1	1
		7	Доступність інформації	2	0	0	0	0	0	0	0
		8	Якість обслуговування	4	1	1	0	0	0	1	0
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	0	0	0	0	0
		10	Участь в ЛСОУ	1	1	1	0	1	1	1	0
Сума (Svi)				8	6	2	1	2	5	2	
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zvi)				1	1	1	1	1	1	1	
Синергетичний ефект (Evi)				4	3	0	0	0	2	1	
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	1	0	1	0
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	0
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	0
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	0
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	0
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	0
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	0
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	1
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	0
		Сума (Szi)				7	8	7	6	2	2
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zzi)				1	1	1	1	1	1	1	
Синергетичний ефект (Ezi)				3	4	4	3	0	1	0	
Кількість конкурентних переваг СК(ks)				8	8	5	4	1	4	2	32
Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)				5	4	1	1	1	3	2	17
Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)				4	5	5	4	1	2	1	22

Таблиця Е.5 – Конкурентні переваги компанії «Альфа-Гарант»

		Конкурентні переваги								М	
		Ранг чинника									
			1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків		
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (п)	1	Мережева структура представництв	5	1	1	1	1	0	0	0
		2	Частка страхового ринку	9	1	0	0	0	0	0	0
		3	Фінансова стійкість	10	1	1	1	1	1	1	1
		4	Рівень виплат	8	1	1	1	1	1	1	1
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	0	0	1	1
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	0	0	0	0	1	1
		7	Доступність інформації	2	0	0	0	0	0	0	0
		8	Якість обслуговування	4	0	0	0	0	0	0	0
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	0	0	0	0	0
		10	Участь в ЛСОУ	1	1	1	0	1	1	1	0
		Сума (Svi)		8	6	4	4	3	5	4	
		Наявність i-тої конкурентної переваги (Zvi)		1	1	1	1	1	1	1	
		Синергетичний ефект (Evi)		4	3	2	2	1	2	2	
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	1	0	1	0
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	0
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	0
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	0
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	0
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	0
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	0
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	1
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	0
			Сума (Szi)		7	8	7	6	2	2	1
		Наявність i-тої конкурентної переваги (Zzi)		1	1	1	1	1	1	1	
		Синергетичний ефект (Ezi)		3	4	4	3	0	1	0	
Кількість конкурентних переваг СК(ks)				8	8	7	6	2	4	3	38
Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)				5	4	3	3	2	3	3	23
Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)				4	5	5	4	1	2	1	22

Таблиця Е.6 – Конкурентні переваги компанії «АХА Страхування»

		Конкурентні переваги								М		
		Ранг чинника	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків			
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (п)	1	Мережева структура представництв	5	1	1	1	1	1	1	0	
		2	Частка страхового ринку	9	1	1	1	1	1	1	1	0
		3	Фінансова стійкість	10	0	0	0	0	0	0	0	0
		4	Рівень виплат	8	1	1	0	0	0	0	0	0
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	0	0	1	1	
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	1	1	1	1	1	1	
		7	Доступність інформації	2	0	0	0	0	0	0	0	
		8	Якість обслуговування	4	1	1	1	0	0	1	0	
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	1	1	1	1	1	
		10	Участь в ЛСОУ	1	1	1	0	1	1	1	1	0
Сума (Svi)			8	8	6	5	5	7	3			
Наявність i-тої конкурентної переваги (Zvi)			1	1	1	1	1	1	1			
Синергетичний ефект (Evi)			4	4	3	2	2	3	1			
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	1	0	1	0	
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	0	
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	0	
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	0	
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	0	
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	0	
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	0	
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	1	
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	0	
Сума (Szi)			7	8	7	6	2	2	1			
Наявність i-тої конкурентної переваги (Zzi)			1	1	1	1	1	1	1			
Синергетичний ефект (Ezi)			3	4	4	3	0	1	0			
Кількість конкурентних переваг СК(ks)			8	9	8	6	3	5	2	41		
Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)			5	5	4	3	3	4	2	26		
Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)			4	5	5	4	1	2	1	22		

Таблиця Е.7 – Конкурентні переваги компанії «Брокбізнес»

		Ранг чинника	Конкурентні переваги							М		
			1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків			
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (п)	1	Мережева структура представництв	5	1	1	1	1	0	0	0	
		2	Частка страхового ринку	9	1	0	0	0	0	0	0	0
		3	Фінансова стійкість	10	1	1	1	1	1	1	1	1
		4	Рівень виплат	8	0	0	0	0	0	0	0	0
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	1	0	1	1	1
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	0	0	0	0	1	1	1
		7	Доступність інформації	2	0	0	0	0	0	0	0	0
		8	Якість обслуговування	4	1	0	0	0	0	0	0	0
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	0	0	0	0	0	0
		10	Участь в ЛСОУ	1	1	1	0	1	1	1	1	0
Сума (Svi)		8	5	3	4	2	4	3				
Наявність i-тої конкурентної переваги (Zvi)		1	1	1	1	1	1	1				
Синергетичний ефект (Evi)		4	2	1	1	1	2	2				
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	1	0	1	0	
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	0	
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	0	
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	0	
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	0	
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	0	
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	0	
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	1	
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	0	
Сума (Szi)		7	8	7	6	2	2	1				
Наявність i-тої конкурентної переваги (Zzi)		1	1	1	1	1	1	1				
Синергетичний ефект (Ezi)		3	4	4	3	0	1	0				
Кількість конкурентних переваг СК(ks)		8	7	6	5	2	4	3	35			
Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)		5	3	2	2	2	3	3	20			
Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)		4	5	5	4	1	2	1	22			

Таблиця Е.8 – Конкурентні переваги компанії «Європейський страховий альянс»

		Конкурентні переваги								М	
		Ранг чинника	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків		
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (n)	1	Мережева структура представництв	5	1	0	1	1	0	0	0
		2	Частка страхового ринку	9	1	0	0	0	0	0	0
		3	Фінансова стійкість	10	1	1	1	1	1	1	1
		4	Рівень виплат	8	1	1	0	0	0	0	0
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	0	0	1	1
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	1	0	0	1	1	1
		7	Доступність інформації	2	0	0	0	0	0	0	0
		8	Якість обслуговування	4	1	1	0	0	0	1	0
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	0	0	0	0	0
		10	Участь в ЛСОУ	1	1	1	0	1	1	1	0
Сума (Svi)				9	7	3	3	3	5	3	
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zvi)				1	1	1	1	1	1	1	
Синергетичний ефект (Evi)				5	3	1	1	1	2	2	
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	1	0	1	0
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	0
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	0
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	0
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	0
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	0
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	0
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	1
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	0
		Сума (Szi)				7	8	7	6	2	2
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zzi)				1	1	1	1	1	1	1	
Синергетичний ефект (Ezi)				3	4	4	3	0	1	0	
Кількість конкурентних переваг СК(ks)				9	8	6	5	2	4	3	37
Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)				6	4	2	2	2	3	3	22
Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)				4	5	5	4	1	2	1	22

Таблиця Е.9 – Конкурентні переваги компанії «Еталон»

		Конкурентні переваги								М		
		Ранг чинника	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків			
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (п)	1	Мережева структура представництв	5	0	0	0	0	0	0		
		2	Частка страхового ринку	9	1	1	1	0	0	0	0	
		3	Фінансова стійкість	10	1	1	1	1	1	1	1	
		4	Рівень виплат	8	0	0	0	0	0	0	0	
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	0	0	1	1	
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	1	1	1	1	1	1	
		7	Доступність інформації	2	1	1	0	0	0	0	0	
		8	Якість обслуговування	4	1	1	0	0	0	1	0	
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	1	1	0	1	0	
		10	Участь в ЛСОУ	1	1	1	0	1	1	1	0	
Сума (Svi)			8	8	5	4	3	6	3			
Наявність i-тої конкурентної переваги (Zvi)			1	1	1	1	1	1	1			
Синергетичний ефект (Evi)			4	4	3	2	1	3	2			
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	1	0	1	0	
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	0	
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	0	
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	0	
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	0	
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	0	
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	0	
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	1	
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	0	
Сума (Szi)			7	8	7	6	2	2	1			
Наявність i-тої конкурентної переваги (Zzi)			1	1	1	1	1	1	1			
Синергетичний ефект (Ezi)			3	4	4	3	0	1	0			
Кількість конкурентних переваг СК(ks)			8	9	8	6	2	5	3	41		
Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)			5	5	4	3	2	4	3	26		
Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)			4	5	5	4	1	2	1	22		

Таблиця Е.10 – Конкурентні переваги компанії «Інго»

		Конкурентні переваги								Σ		
		Ранг чинника		1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії		7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків	
		Ранг	Чинник									
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (n)	1	Мережева структура представництв	5	1	1	1	1	1	1	0	
		2	Частка страхового ринку	9	1	1	1	1	1	1	1	0
		3	Фінансова стійкість	10	1	1	0	0	0	0	1	0
		4	Рівень виплат	8	1	1	0	0	0	0	0	0
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	0	0	1	1	
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	1	1	1	1	1	1	1
		7	Доступність інформації	2	1	1	1	0	0	1	0	
		8	Якість обслуговування	4	1	0	0	0	0	0	0	0
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	0	0	0	0	0	0
		10	Участь в ЛСОУ	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Сума (Svi)				9	8	5	3	3	6	2		
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zvi)				1	1	1	1	1	1	1		
Синергетичний ефект (Evi)				5	5	2	2	2	3	1		
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	1	0	1	0	
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	0	
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	0	
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	0	
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	0	
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	0	
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	0	
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	1	
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	0	
		Сума (Szi)				7	8	7	6	2	2	1
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zzi)				1	1	1	1	1	1	1		
Синергетичний ефект (Ezi)				3	4	4	3	0	1	0		
Кількість конкурентних переваг СК(ks)				9	10	7	6	3	5	2	42	
Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)				6	6	3	3	3	4	2	27	
Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)				4	5	5	4	1	2	1	22	

Таблиця Е.11 – Конкурентні переваги компанії «Кредо Класік»

		Конкурентні переваги								М	
		Ранг чинника									
			1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків		
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (n)	1	Мережева структура представництв	5	1	1	1	1	1	1	0
		2	Частка страхового ринку	9	1	1	1	1	1	1	0
		3	Фінансова стійкість	10	1	1	0	0	0	1	0
		4	Рівень виплат	8	1	1	0	0	0	0	0
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	0	0	1	1
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	1	0	0	1	1	1
		7	Доступність інформації	2	0	0	0	0	0	0	0
		8	Якість обслуговування	4	1	1	1	0	0	1	0
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	1	1	1	1	1
		10	Участь в ЛСОУ	1	1	1	0	1	1	1	0
		Сума (Svi)		9	9	5	4	5	8	3	
		Наявність і-тої конкурентної переваги (Zvi)		1	1	1	1	1	1	1	
		Синергетичний ефект (Evi)		5	5	2	2	2	4	1	
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	0	1	0	
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	
		Сума (Szi)		7	8	7	6	2	2	1	
		Наявність і-тої конкурентної переваги (Zzi)		1	1	1	1	1	1	1	
		Синергетичний ефект (Ezi)		3	4	4	3	0	1	0	
		Кількість конкурентних переваг СК(ks)		9	10	7	6	3	6	2	43
		Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)		6	6	3	3	3	5	2	28
		Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)		4	5	5	4	1	2	1	22

Таблиця Е.12 – Конкурентні переваги компанії «Оранта»

		Конкурентні переваги									М
		Ранг чинника									
		1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків			
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (n)	1	Мережева структура представництв	5	1	1	1	1	1	1	0
		2	Частка страхового ринку	9	1	1	1	1	1	1	1
		3	Фінансова стійкість	10	1	1	1	1	1	1	1
		4	Рівень виплат	8	1	1	0	0	0	0	0
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	1	0	1	1
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	1	1	1	1	1	1
		7	Доступність інформації	2	1	1	0	0	0	0	0
		8	Якість обслуговування	4	0	0	0	0	0	0	0
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	0	0	0	0	0
		10	Участь в ЛСОУ	1	0	0	0	0	0	0	0
Сума (Svi)				8	8	5	5	4	5	4	
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zvi)				1	1	1	1	1	1	1	
Синергетичний ефект (Evi)				5	5	3	3	3	3	2	
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	1	0	1	0
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	0
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	0
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	0
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	0
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	0
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	0
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	1
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	0
Сума (Szi)				7	8	7	6	2	2	1	
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zzi)				1	1	1	1	1	1	1	
Синергетичний ефект (Ezi)				3	4	4	3	0	1	0	
Кількість конкурентних переваг СК(ks)				9	10	8	7	4	5	3	46
Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)				6	6	4	4	4	4	3	31
Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)				4	5	5	4	1	2	1	22

Таблиця Е.13 – Конкурентні переваги компанії «Просто-страхування»

		Конкурентні переваги								М		
		Ранг чинника		1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії		7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків	
		Ранг	Чинник									
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (n)	1	Мережева структура представництв	5	1	1	1	1	0	1	0	
		2	Частка страхового ринку	9	1	1	1	1	1	1	1	0
		3	Фінансова стійкість	10	1	1	0	0	0	0	1	0
		4	Рівень виплат	8	1	1	0	0	0	0	0	0
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	0	0	0	1	1
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	0	0	0	0	0	1	1
		7	Доступність інформації	2	1	1	0	0	0	0	0	0
		8	Якість обслуговування	4	0	0	0	0	0	0	0	0
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	1	1	0	1	0	0
		10	Участь в ЛСОУ	1	1	1	0	1	1	1	1	0
Сума (Svi)				9	8	4	4	2	7	2		
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zvi)				1	1	1	1	1	1	1		
Синергетичний ефект (Evi)				5	4	2	2	1	4	1		
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	1	0	1	0	
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	0	
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	0	
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	0	
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	0	
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	0	
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	0	
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	1	
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	0	
Сума (Szi)				7	8	7	6	2	2	1		
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zzi)				1	1	1	1	1	1	1		
Синергетичний ефект (Ezi)				3	4	4	3	0	1	0		
Кількість конкурентних переваг СК(ks)				9	9	7	6	2	6	2	41	
Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)				6	5	3	3	2	5	2	26	
Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)				4	5	5	4	1	2	1	22	

Таблиця Е.14 – Конкурентні переваги компанії «ГАС»

		Конкурентні переваги								Σ		
		Ранг чинника										
			1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків			
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (n)	1	Мережева структура представництв	5	1	1	1	1	1	1	0	
		2	Частка страхового ринку	9	1	1	1	0	0	0	0	
		3	Фінансова стійкість	10	1	1	0	0	0	1	0	
		4	Рівень виплат	8	0	0	0	0	0	0	0	
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	0	0	1	1	
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	1	1	1	1	1	1	
		7	Доступність інформації	2	1	1	0	0	0	0	0	
		8	Якість обслуговування	4	1	0	0	0	0	0	0	
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	1	1	0	1	0	
		10	Участь в ЛСОУ	1	1	1	0	1	1	1	0	
		Сума (Svi)		9	8	5	4	3	6	2		
		Наявність і-тої конкурентної переваги (Zvi)		1	1	1	1	1	1	1		
		Синергетичний ефект (Evi)		4	4	3	1	1	3	1		
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	1	0	1	0	
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	0	
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	0	
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	0	
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	0	
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	0	
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	0	
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	1	
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	0	
		Сума (Szi)		7	8	7	6	2	2	1		
		Наявність і-тої конкурентної переваги (Zzi)		1	1	1	1	1	1	1		
		Синергетичний ефект (Ezi)		3	4	4	3	0	1	0		
Кількість конкурентних переваг СК(ks)					8	9	8	5	2	5	2	39
Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)					5	5	4	2	2	4	2	24
Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)					4	5	5	4	1	2	1	22

Таблиця Е.15 – Конкурентні переваги компанії «Українська страхова група»

		Конкурентні переваги								М		
		Ранг чинника	1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків			
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (n)	1	Мережева структура представництв	5	1	1	1	1	0	1	0	
		2	Частка страхового ринку	9	1	1	1	1	1	1	1	1
		3	Фінансова стійкість	10	1	1	1	1	1	1	1	1
		4	Рівень виплат	8	1	1	1	1	1	1	1	1
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	0	0	1	1	1
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	1	0	0	1	1	1	1
		7	Доступність інформації	2	1	1	1	0	0	1	0	0
		8	Якість обслуговування	4	1	1	1	0	0	1	0	0
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	1	1	1	1	1	1
		10	Участь в ЛСОУ	1	1	1	0	1	1	1	1	0
Сума (Svi)			10	10	8	6	6	10	6			
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zvi)			1	1	1	1	1	1	1			
Синергетичний ефект (Evi)			5	5	4	3	4	5	4			
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	1	0	1	0	
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	0	
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	0	
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	0	
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	0	
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	0	
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	0	
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	1	
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	0	
		Сума (Szi)			7	8	7	6	2	2	1	
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zzi)			1	1	1	1	1	1	1			
Синергетичний ефект (Ezi)			3	4	4	3	0	1	0			
Кількість конкурентних переваг СК(ks)			9	10	9	7	5	7	5	52		
Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)			6	6	5	4	5	6	5	37		
Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)			4	5	5	4	1	2	1	22		

Таблиця Е.16 – Конкурентні переваги компанії «Універсальна»

		Конкурентні переваги								М	
		Ранг чинника									
			1. Збільшення кількості клієнтів	2. Інтенсифікація попиту на страхові послуги	3. Нарощення обсягів фінансових потоків	4. Покращення фінансових можливостей	5. Посилення мобільності капіталу	6. Посилення довіри до компанії	7. Зниження рівнів фінансового та підприємницького ризиків		
Економічні чинники формування конкурентного середовища	внутрішні (n)	1	Мережева структура представництв	5	1	1	1	1	0	0	0
		2	Частка страхового ринку	9	1	1	1	0	0	0	0
		3	Фінансова стійкість	10	1	1	1	1	1	1	1
		4	Рівень виплат	8	0	0	0	0	0	0	0
		5	Диверсифікація страхових послуг	3	1	1	1	0	0	1	1
		6	Співробітництво з іноземними СК	7	1	1	1	1	1	1	1
		7	Доступність інформації	2	1	1	1	0	0	1	0
		8	Якість обслуговування	4	1	1	0	0	0	1	0
		9	Співробітництво з банками	6	1	1	1	1	1	1	1
		10	Участь в ЛСОУ	1	1	1	0	1	1	1	0
Сума (Svi)				9	9	7	5	4	7	4	
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zvi)				1	1	1	1	1	1	1	
Синергетичний ефект (Evi)				4	4	4	2	2	3	2	
Економічні чинники формування конкурентного середовища	зовнішні (m)	1	Індекс конкурентоспроможності країни	8	1	1	1	1	0	1	0
		2	Індекс якості життя	9	1	1	1	0	0	0	0
		3	ВВП на душу населення	5	1	1	1	1	0	0	0
		4	Рівень інвестиційної привабливості країни	7	0	0	1	1	0	1	0
		5	Політичний чинник	4	1	1	0	0	0	0	0
		6	Система оподаткування	6	1	1	1	1	1	0	0
		7	Зміна валютного курсу	3	0	1	1	1	0	0	0
		8	Економічні зв'язки країни	2	1	1	1	1	1	0	1
		9	Процентна ставка за депозитами і кредитами	1	1	1	0	0	0	0	0
		Сума (Szi)				7	8	7	6	2	2
Наявність і-тої конкурентної переваги (Zzi)				1	1	1	1	1	1	1	
Синергетичний ефект (Ezi)				3	4	4	3	0	1	0	
Кількість конкурентних переваг СК(ks)				8	9	9	6	3	5	3	43
Кількість КП наданих внутрішніми чинниками СК(kvs)				5	5	5	3	3	4	3	28
Кількість КП наданих зовнішніми чинниками СК(kzs)				4	5	5	4	1	2	1	22