

*Г.В. Кравчук, канд. екон. наук, доц.,
ДВНЗ "Українська академія банківської справи НБУ"*

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВОЇ ПОСЛУГИ

Найчастіше конкурентоспроможність розглядається як конкурентоспроможність продукції (товару чи послуги), тобто ступінь відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками; конкурентоспроможність організації, рівень її компетенції відносно конкурентів у нагромадженні та використанні потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових.

У сучасному світі конкуренція характерна для всіх сфер діяльності, серед яких є не винятком і ринок страхових послуг, які відрізняються відсутністю послуг-замінників. Якість страхової послуги слід розглядати з точки зору страховика і страхувальника.

Оцінка якості страхової послуги зазвичай пов'язана з характеристиками безпосередньо самого страхувальника, тобто її слід проводити за такими напрямками, а саме: оцінити фінансове становище страхової компанії, її місце в рейтингу, імідж, наявність бренда, вік компанії, а також її місцезнаходження; проаналізувати якість обслуговування клієнтів, що визначається культурою обслуговування в процесі оформлення, супроводу, а також у результаті настання страхових випадків, відшкодування страхової суми; встановити, чи дотримано базовий принцип страхових відносин, що полягає у добросовісному виконанні сторонами своїх зобов'язань, який розповсюджується на страховика як однієї зі сторін страхової операції.

Отже, з точки зору страхувальника якісна страхова послуга повинна відповідати таким умовам, а саме: умови страхування повинні забезпечувати захист страхувальника від ризиків, які він вважає вагомими для себе; ціна повинна бути на відповідному рівні, тобто відповідати застрахованим ризикам, а також не бути значно вищою, ніж у конкурентів, водночас і не бути значно заниженою, оскільки це може викликати підозру про її якість; відповідність уявлень страхувальника про гарантовані виплати реальним фінансовим можливостям страхової компанії; компетентність і професіоналізм персоналу, а також ввічливість та готовність йти на компромісні рішення; популярність бренда компанії, місце в рейтингу, її фінансове становище, а також репутація.

Забезпечити відповідність даним вимогам страхова компанія має можливість шляхом зниження собівартості послуги при одночасному збереженні її високої якості, що можливо здійснити шляхом вдосконалення і оптимізації всіх своїх бізнес-процесів.

Розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності страхової послуги з точки зору страхувальника складається з декількох етапів.

Перший етап полягає у виборі найвагоміших факторів, які впливають на конкурентоспроможність страхової послуги, а саме: оптимальність співвідношення ціна-якість; імідж та репутація страховика; фінансове становище та рейтинг страхової компанії; компетентність і професіоналізм персоналу; доброзичливість та культура обслуговування; менеджмент якості добросовісного виконання зобов'язань; повнота наданої інформації та її достовірність; умови страхування; місцезнаходження страхової компанії; можливість отримання повного пакета послуг, в який входять всі ризики, що цікавлять страхувальника. З цих параметрів формується класифікаційний ряд, за яким буде відбуватися оцінка конкурентоспроможності послуг.

На другому етапі кожному з параметрів присвоюються бали. Вони являють собою 5-бальну шкалу при шести рівнях, де "1" – погано; "2" – незадовільно; "3" – задовільно; "4" – добре; "5" – відмінно. Саме за цією шкалою і відбувається оцінювання послуг. Потім будується матриця-таблиця "Параметри/ Рівні" і за нею оцінюється рівень конкурентоспроможності послуги кожної зі страхових компаній. Зокрема, кожен учасник фокус-групи вказує свій порядковий номер на перетині рядків і стовпчиків відповідного параметра послуги та тієї оцінки, яку він вважає за потрібне присвоїти даному банку.

На наступному етапі розраховується інтегральний показник конкурентоспроможності з урахуванням ступеня значущості кожного з показників. За підсумковими показниками інтегрального показника конкурентоспроможності оцінюється конкурентоспроможність послуг відповідно до інтервалів: 5,00-4,51 – висока конкурентоспроможність страхової послуги; 4,5-3,51 – середня конкурентоспроможність; 3,5-2,51 – низька конкурентоспроможність; 0,00-2,5 – неконкурентоспроможність страхової послуги.

Проведений аналіз буде недостатнім, якщо не буде проаналізована конкурентоспроможність даної послуги з точки зору страховика. Розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності страхової послуги з точки зору страховика також складається з декількох етапів.

Спочатку здійснюється вибір найвагоміших факторів, які впливають на конкурентоспроможність страхової послуги: рентабельність страхової послуги; витрати на заробітну плату; витрати на підвищення кваліфікації кадрів; витрати на підбір кадрів; витрати на впровадження новітніх технологій; адміністративні витрати; витрати на інформацію; витрати на виплату відшкодувань; витрати на оренду приміщення; витрати на створення резервів тощо.

Далі оцінюється питома вага витрат у собівартості страхової послуги та розглядаються можливі шляхи зниження даних витрат, а також рівень рентабельності страхової послуги. З цих параметрів формується класифікаційний ряд, за яким буде проводитися оцінювання конкурентоспроможності послуг.

Відповідно найбільш конкурентоздатною з точки зору страховика є послуга, що має найбільшу рентабельність та тенденції щодо зниження собівартості послуг.

Кравчук, Г.В. Оцінка конкурентоспроможності страхової послуги [Текст] / Г.В. Кравчук // Міжнародна банківська конкуренція: теорія і практика: збірник тез доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції (27-28 травня 2010 р.) : у 2-х т. – Суми : УАБС НБУ, 2010. – Т. 1. – С. 84-87.