

Наталія Внукова, Наталія Опешко, Ельза Мамедова

Визначення змін рівня конкурентоспроможності страхових компаній на ринку туристичних послуг

Метою дослідження є розробка методичного підходу до виявлення змін рівня конкурентоспроможності страхових компаній на ринку туристичних послуг. На основі розробки багатofакторного рівняння регресії розраховано інтегральні показники конкурентоспроможності страхових компаній за 2016–2019 рр. Використання правила трьох сигм дозволило розподілити страхові компанії за рівнями конкурентоспроможності та встановити, що протягом 2016–2019 років більшість страховиків мали достатній і критичний рівень конкурентоспроможності, тоді як група страхових компаній з високим рівнем конкурентоспроможності невелика. Для визначення ймовірності переходу страхових компаній на вищий або нижчий рівень конкурентоспроможності використано ланцюг Маркова. Результати показали, що більшість страхових компаній, найімовірніше, залишаться у своїх початкових групах, і лише страховики з низькою та достатньою конкурентоспроможністю мають велику ймовірність змінити свої позиції. Компанії з високим рівнем конкурентоспроможності займають дуже сильні позиції на ринку, і малоймовірно, що інші страховики захоплять частку ринку лідерів найближчими роками. Отже, використання розробленого підходу дозволяє спрогнозувати зниження здатності страхової компанії конкурувати на ринку туристичних послуг та визначити необхідність зміни конкурентної стратегії.

Ключові слова: рівень конкурентоспроможності, ланцюг Маркова, частка ринку, матриця вірогідності переходу

Класифікація JEL: G17, G22, M31



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Наталія Внукова, Наталія Опешко, Эльза Мамедова

Определение изменений уровня конкурентоспособности страховых компаний на рынке туристических услуг

Цель статьи – разработка методического подхода к выявлению изменений уровня конкурентоспособности страховых компаний на рынке туристических услуг. На базе разработки многофакторного уравнения регрессии рассчитаны интегральные показатели конкурентоспособности страховых компаний за 2016–2019 гг. Использование правила трех сигм позволило распределить компании по уровням конкурентоспособности и установить, что на протяжении 2016–2019 годов большинство страховщиков имели достаточный и критический уровень конкурентоспособности, в то время как группа страховых компаний с высоким уровнем конкурентоспособности небольшая. Для определения вероятности перехода страховых компаний на более высокий или низкий уровень конкурентоспособности использована цепь Маркова. Результаты показали, что большинство страховых компаний, скорее всего, останется в своих начальных группах, и только страховщики с низкой и достаточной конкурентоспособностью имеют большую вероятность изменить свои позиции. Компании с высоким уровнем конкурентоспособности занимают очень сильные позиции на рынке, и маловероятно, что в ближайшие годы другие страховщики захватят долю рынка лидеров. Таким образом, использование разработанного подхода позволяет спрогнозировать снижение способности страховой компании конкурировать на рынке туристических услуг и определить необходимость изменения конкурентной стратегии.

Ключевые слова: уровень конкурентоспособности, цепь Маркова, доля рынка, матрица вероятности перехода

Классификация JEL: G17, G22, M31



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе при условии наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.