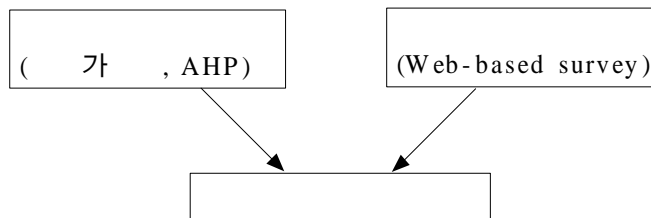


. 國內 保險會社 內部力量 分析

1. 分析方向

가()
2) 가()
< -1>
-1>
< -1>



2. 分析方法

가. AHP(analytic hierarchy process)

1) AHP

AHP

()

(relative importance) 가 (weight)
 (pairwise comparison)
 가 (priority)
 .36) AHP

가

(Satty, 1980).

AHP

가

< -1>

< -1>

AHP

1980	Saaty	
1980	Rogers & Pell	
1981	Saaty & Gholanmnezhad	AHP
1981	Wind & Douglas	
1981	Vargas & Saaty	AHP
1987	Jensen	AHP
1989	Vargas & Roura-Agusti	AHP
1990	Wolfe, Flores	AHP

AHP

< -2>

가

36) AHP

(1998)

Satty(1980)

< -2> AHP

1991		
1993	2	AHP 가
1994	,	가 가
1995		AHP
1995	,	R&D
1995		
1996	,	가
1996		가
1996	,	
1996		
1996		MIS 가 3가
1997	2	

2) AHP

AHP

< -2>

4

(Zahedi, 1986).

가) 1 :

1 AHP 가

(decision elements)

(decomposition) . Saaty

(가) 가 가

가 9

) 2

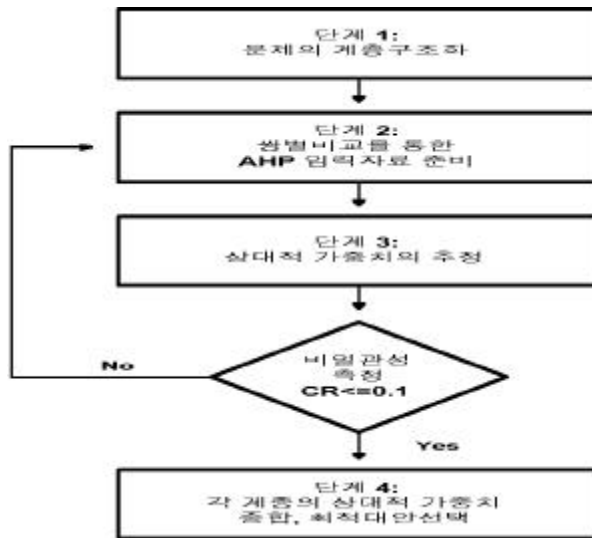
2

가

(preference)

(語義的)

< -2> AHP



AHP

Saaty(1980)가 9

가 37). Saaty

9

AHP

가

9

9

37) Saaty가 9

, 7:

, 9:

)

. 1:

, 3:

, 5:

. (2, 4, 6, 8:

AHP

9

(Saaty, 1984).

) 3 : 가 (Estimation of Relative Weights)

3

가

가

. 가

가

Saaty

Eigen Vector(EV)

) 4 : 가 (Aggregation of Relative Weights)

4

가

(aggregation)

. 가 (composite relative weights)

가

38).

$$W_i = \sum (w_j) (u_j^i)$$

, W_i : i 가

w_j : 가 j 가

u_j^i : 가 j i 가

38) Saaty, Loc, cit.

3)

가)

Saaty (consistency ratio: CR)
 AHP 가
 가 39).
 CR=0 가 가

, CR 0

40).

CR 0 CR
 가

)

A, v_1 , $A \times v_1 = v_2$,
 $v_2 / v_1 = v_3$, v_3
 λ_{max} , λ_{max} maximum
 eigen value principle eigen value,
 λ_{max} 가 n(matrix activities) 가

Satty

41). n $A_1 \dots A_n$ (,
) $W = (w_1, \dots, w_n)$ 가

39) (Consistency Ratio : CR) (Inconsistency Ratio : IR)

40) (CR=0) $A > B$ $B > C$
 $A > C$

41) Satty(1980, 1984)

$$A = \begin{pmatrix} A_{11} & \dots & A_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ A_{n1} & \dots & A_{nn} \end{pmatrix} \quad \begin{matrix} w_1/w_1 & \dots & w_1/w_n \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ w_n/w_1 & \dots & w_n/w_n \end{matrix}$$

가 .

$$w_i/w_j = a_{ij} \quad (i, j = 1, 2, \dots, n)$$

$$A = A = a_{ij}$$

$$a_{ij} = w_i/w_j$$

$$a_{ij} = 1/a_{ji}$$

(square matrix)

1

(reciprocal matrix)

W

nW

AW=nW가

AW=nw

W

(eigen value) n

A

(eigen vector)

a_{ij}

a_{ij}

가

w_i/w_j

가

AW=nW가

가

가

, $1 \dots n$
max=n

AW=nW

AW=nW가

A

, $a_{ij}=1$

n

0

, (+)

A

a_{ij} 가

A

가 $1(a_{ij}=1)$

, A가

a_{ij} 가 n 가 λ_{max} 가 0 가 $\lambda_{max} \geq n$ 가 A 가 $AW = \lambda_{max} W$ 가 λ_{max} 가 n 가 $CI = (\lambda_{max} - n) / (n - 1)$ 가 $\lambda_{max} = 0$, $(Consistency Ratio)$ $CR = CI / RI = (\lambda_{max} - n / n - 1) (1 / RI)$ CI 0 가 RI Random Index , 1 9 CI RI n Saaty $< -3>$

< -3> Consistency Index

(n)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RI	0.00	0.00	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49

CI RI CR , Saaty CR 0.1 가 가 가 $CR=0.1$ 가 $42)$

4) 가

AHP

(arithmetic mean)

.

.

(entry)

(combined matrix)

가

(geometric mean)

가

가

가

가

.

가

,

가

가

.

. 設問(Web-based survey) 方法

考察⁴³⁾

1)

(Hypertext)

,

.

,

“

”

42)

CR≤0.1

.

가

가

가

가

CR

가

.

CR=0.2

43)

(www.kisri.co.kr)

가 (Solomon, 1995) 가
 가 가 .
 < -4>

(Onyshkevych, 1999)
 (Watt. 1997),

(Weissbach, 1997 ; Eaton, 1997). ,
 가 (Berghel, 1996)
 가 가 가
 가 (Batagelj et al, 1998).
 ,
 (Comley, 1998a),
 가 , 5
 가 (Iyer, 1996, Dillman, 1998).

< -4>

<ul style="list-style-type: none"> ● 가 가 ● , 가 ● 가 . ● . ● 가 ● 가 가 ● Java, VBScript, ActiveX ● ● 24 	<ul style="list-style-type: none"> ● ● ● ● Self-Selection Bias ● ● ● (Cyber-Junk, SPAM...)
--	--

2)

44),

Comley(1998a) Batagelj et al(1998)

<

-5>

< -5>

E-Mail	Plain E-Mail	가 , ASCII
	Disk By E-Mail	가 ,
HTML	Plain HTML	가 , ,
	CAWI	CAWI(Computer Assisted Web Interviewing) 가 (, , ...) 가 가 가
	Java	Java Active X , HTML
Online Focus Group	FGI (Anonymity)" (Solomon, 1995),	가 가 , " 가 가 가 (Greenbaum, 1995).

44) Watt(1997) "E-Mail", "Converted CATI", "Converted Disk-By-Mail", "Web CGI Program", "Web Survey System" , Batagelj et al(1998) Comley(1998a) "E-Mail", "HTML form-based Interviewing", "Online FGI" 3가

가 HTML
 Browser Cookie "DNS IP , Browser, ,
 , E-mail
 , 가
 가 가 E-Mail
 E-Mail (Outlook, Netscape Mail,
 Eudora) HTML
 (Comley, 1998b).

< -6 >

(Unrestricted Sample)	Self-Selection Bias가 . (Point of Sale Surveys) , , .
(Screened Sample)	(Quota) (, , , , , , ,) , Screened Sample " (Screening Questionnaire)" .
(Recruited Panels)	가 , , . , , 가 , , ID , 가 . " " ID Panel

< -7>

10,000

1,000

273

가

< -7>

Batagelj et al (1998)	Technical Limitation : S/W, H/W, Communication Methodological Limitation : Frames, Bias, Measurement Error, Nonresponse, Coverage Problem
Dillman (1998)	Coverage Error, Sampling Error, Measurement Error, Nonresponse Error
Comley (1998, 1996)	Sampling Error, Representativeness of sample, Data Validity
Pitkow (1994, 1996)	Sampling Error, Self-Selection Bias

3. 保險會社 競爭力 評價 結果

가

가

가

15

가

가 55 ,

가 15

0.2

가 7

가 2

61

가. 一般設問

專門家意見 分析

1) 가 가

가

< -8> (7 ; 1)

가	6.07	6.55
가	4.07	4.25
가	3.78	3.40

2) 가 (가)
가

7 1 - 7

가

< -9> 1(7 ; 1)

	3.70	3.22
	3.96	2.83
	4.21	3.56
	4.54	3.17

3)

2

, , . ,
가
5 가
가 .

< -10>

2(7 ; 1)

	4.50	3.78
	3.54	3.78
	4.00	4.28
	4.48	3.33
	3.93	2.94

4) 가
 가 가 , 가 가 .
 가 .
 가 .

< -11> 가 (7 ; 1)

	5.36	5.30
	4.71	4.45
	4.96	4.95
	5.07	5.15
	5.46	5.40

5)
 가 .

가

가

< -12>

(7 ; 1)

	5.36	4.89
	5.00	4.79
	5.29	5.35

6)

가

가

,

가

가

가

< -13>

(7 ; 1)

&	5.07	5.60
&	4.21	4.15
&	4.61	4.75

· AHP設問 専門家意見 分析

1)

AHP 가

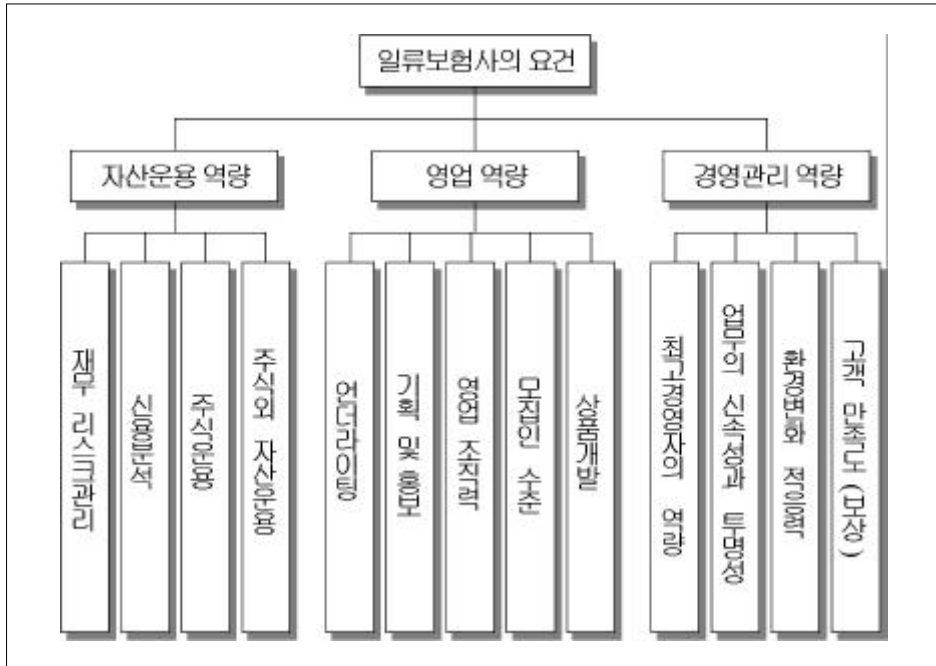
(core competence)

-3>

2)

가

< -3> 가



가 가

가

가

가

가

가

< -14>

	36.97%	21.65%	41.38%
	36.5%	10.6%	52.9%
	39.74%	24.78%	35.48%

가 가 .
 가 .
 가 ,

< -15>

	34.48 %	30.49 %	34.83 %
	35.15 %	26.28 %	38.57 %
	42.15 %	32.62 %	25.23 %

, 4가
 가 가
 가 가 . 가 가
 (,) 가
 ,
 가 .

< -16>

:

	16.50 %	7.55 %	6.62 %	6.30 %
	15.92 %	5.62 %	8.96 %	5.13 %
	19.90 %	7.70 %	4.20 %	7.92 %

가
 . 3가

가

가

< -17>

:

	16.49%	6.25%	6.83%	4.92%
	16.57%	7.02%	5.62%	5.97%
	22.60%	5.36%	8.56%	5.63%

5가

가

가

< -18>

:

	2.50%	2.09%	6.03%	5.71%	5.31%
	2.22%	0.90%	1.78%	2.25%	3.45%
	2.75%	2.55%	6.97%	7.72%	4.77%

가

가 ,

가

가

< -19>

:

	7.51%	3.13%	10.00%	4.48%	5.32%
	7.50%	2.16%	5.41%	4.82%	6.39%
	6.03%	4.05%	10.18%	5.11%	7.23%

가 가

가

가 .

가

가

.

가

,

.

< -20>

:

	12.07%	7.16%	9.33%	12.80%
	19.05%	6.16%	12.98%	14.71%
	9.80%	6.39%	10.22%	9.07%

가

가

.

가

가

.

가

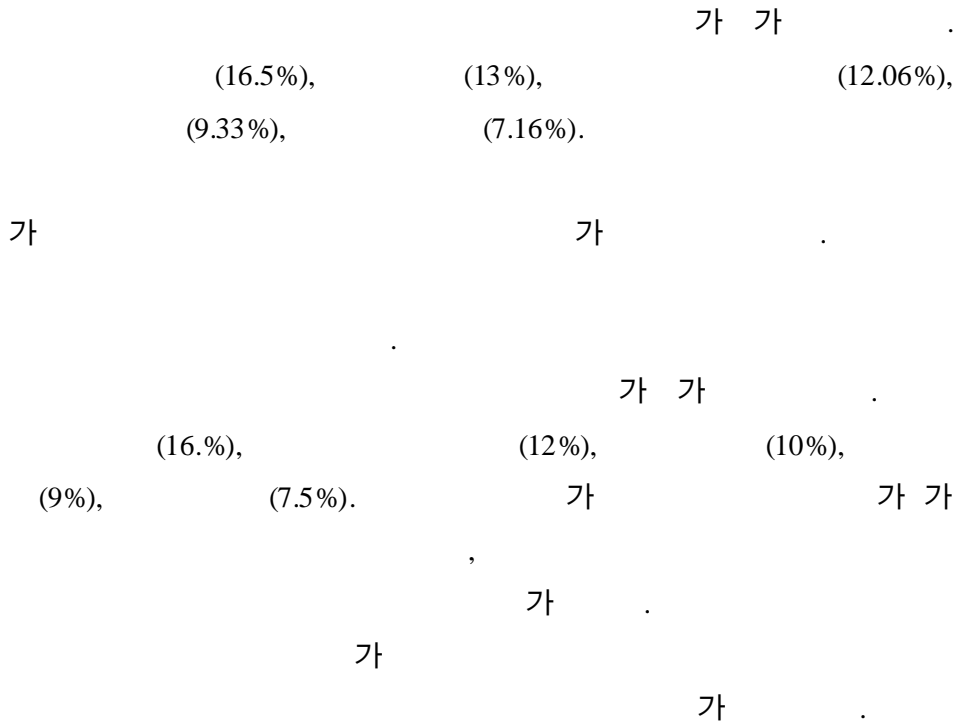
.

< -21>

:

	12.39%	4.79%	8.26%	9.36%
	14.55%	5.35%	10.15%	8.52%
	11.06%	3.29%	4.79%	6.19%

3) AHP



. 潛在 消費者 認識 分析

web-based survey()

(www.kisri.co.kr)

< -23>

	4.0632	1.6535
가	3.8088	1.6135
가	3.3095	1.5891

3) 가 가

가

가

가 가

< -24> 가 가

	4.9041	1.3159
	4.1912	1.3853
	4.4535	1.4921

4) 가

가

가

가

< -25> 가

	1.5	4
	3.3	9
	4.0	11
	86.4	236
	0.7	2
	4.0	11
	100.0	273

가

가

가

5)

가

가

가

가

가
가

가

< -26>

가

	2.2	6
	46.2	126
	9.9	27
	30.5	83
	3.7	10
	3.3	9
	4.0	11
	100.0	273

6)

< -27 >

	1.5	4
	28.6	78
	36.7	73
	27.5	75
	8.8	24
	2.6	7
	4.0	11
	100.0	272

7) 가 가
가 가 , ,

가 ,

< -28> 가

	3.3	9
	15.4	42
	21.6	59
	34.4	94
	11.4	31
	12.5	34
	1.5	4
	100.0	273

8) 가 가 가 52%
 가 . 2.6%,

< -29> 가

	2.6	7
	7.3	20
	5.1	14
	52.7	144
	7.3	20
	22.3	61
	2.6	7
	100.0	273

7.3%

9)

가
(41%), (34.8%)가
(2.2%) (8.4%)

< -30 >

	2.2	6
	8.4	23
	41.0	112
	5.1	14
	34.8	95
	6.6	18
	1.1	3

10)

가

(50.9%)가

(34.4%)

< -31>

	34.4	94
	50.9	139
	5.1	14
	5.9	16
	1.1	3
	2.6	7

4. 內部分析 結果 示唆點

가

가

가

가

가

가

M&A