

**Российская академия предпринимательства,
аспирант 3 курса,
Чурилов Евгений Владимирович**

Причины низкой конкурентоспособности российских страховых компаний

В современных условиях ведения предпринимательской деятельности страховым компаниям чрезвычайно важно иметь конкурентное преимущество на рынке. Большое число обанкротившихся или ушедших со страхового рынка компаний свидетельствует о том, что состояние на рынке «конкурентных преимуществ страховых компаний» очень нестабильное.

В данной статье я считаю необходимым привлечь внимание к важной проблеме в предпринимательской деятельности российских страховых компаний - конкурентоспособности и причинах ее снижения.

Конкурентоспособность российской страховой компании во многом зависит от того, насколько компания может приспособиться к изменяющимся условиям конкуренции на страховом рынке. В отличие от конкурентоспособности товара конкурентоспособность компании не может быть достигнута в короткий промежуток времени. Она достигается при длительной и безупречной работе на рынке. Отсюда можно сделать вывод, что, страховая компания, работающая более длительный период времени на российском страховом рынке имеет большие конкурентные преимущества перед только входящей на рынок компанией или работающей короткий промежуток времени на нем.

В приведенном ниже рейтинге надежности десяти страховых компаний по состоянию на конец 2009 года видно конкурентное преимущество, отличающее данные компании от множества других в страховой отрасли¹.

¹ <http://www.provolochki.ru>

Рейтинг надежности страховых компаний в России по результатам 2009 года

Таблица 1.

№ п/п	Компания	Рейтинг
1	АльфаСтрахование	A++
2	Военно-страховая компания	A++
3	Ингосстрах	A++
4	КапиталЪ	A++
5	МАКС	A++
6	Росгосстрах	A++
7	Ренессанс страхование	A++
8	Ресо-Гарантия	A++
9	РОСНО	A++
10	СОГАЗ	A++

Страховые компании, приведенные в таблице, существуют на страховом рынке более 8 лет. В течение этого времени каждая из приведенных страховых компаний завоевывала доверие и лояльность потребителей, что демонстрирует стабильный спрос со стороны потребителей страховых услуг и самый высокий рейтинг надежности в страховой отрасли (A++).

Конкурентоспособность на страховом рынке является надежным фундаментом в ведении предпринимательской деятельности. Однако, это вовсе не означает, что подавляющее большинство страховых компаний обладают конкурентоспособностью.

В предыдущем 2009 году со страхового рынка по причине отзыва лицензий в связи с нарушениями страхового законодательства ушло более пятидесяти страховых компаний. Это одна из причин, по которой предпринимательская деятельность российских страховых компаний на рынке не может быть продолжена. Причиной нарушения требований законодательства является несоответствие условий ведения

предпринимательской деятельности установленным нормам. В каждом конкретном случае это несоответствие может быть вызвано либо нехваткой ресурсов, либо отсутствием опыта и устойчивого положения на рынке и др.

Страховое законодательство регулярно претерпевает изменения в связи с борьбой против недобросовестных участников страхового рынка. Существенным изменением страхового законодательства, способствующим снижению количества страховых компаний на российском рынке, может стать увеличение минимального размера уставного капитала страховых компаний. Данное обстоятельство усилит конкуренцию на российском рынке страховых услуг и привнесет новые проблемы. Одной из таких проблем, в конечном итоге ставящих под сомнение сохранность занимаемых позиций страховых компаний на российском рынке, является укрепление конкурентоспособности иностранных страховых компаний, в условиях существующего законодательства способных вести достойную конкурентную борьбу с отечественными фирмами. В рамках сотрудничества с ЕС Россия должна способствовать открытости рынка, однако, в противоречие этому можно привести неготовность российских страховщиков на равных конкурировать с иностранными компаниями, у которых превосходит как капитализация страховых компаний, так и опыт работы в рыночных условиях. Одним из видов деятельности, привлекающим на российский страховой рынок иностранные компании, является рынок перестрахования. В силу недостатка капитализации национального страхового рынка, страховых компаний, возможность по перестрахованию крупных рисков низка даже у крупных российских страховщиков, что способствует росту спроса на страховые услуги у иностранных страховщиков.

Анализируя причины, которые способны повлиять на снижение конкурентоспособности российских страховых компаний, необходимо отметить недостаток сформированных страховых резервов страховых

компаний. Страховой резерв способствует созданию резервного фонда из части поступивших платежей страхователей. Страховой резерв является источником возмещения в неблагоприятные годы и своевременных выплат при их превышении над текущими поступлениями платежей. Падение объемов страховых взносов в 2009 году на 7,4% по сравнению с 2008 годом на фоне характерного для периода кризиса роста числа страховых случаев способствует снижению конкурентоспособности российских страховых компаний.

На вероятность снижения конкурентоспособности российской страховой компании влияет выбор сегмента рынка. С точки зрения выбора субъекта правовых отношений страховые компании могут оказывать услуги по страховой защите физическим и юридическим лицам по отдельности, а также в совокупности. В настоящее время, учитывая снижение спроса на страховые услуги со стороны физических лиц, акцентуация на данном сегменте страхового рынка может стать одной из основных причин снижения конкурентоспособности российских страховых компаний. Наибольший риск понести финансовые потери из-за снижения спроса или предпочтений клиентов наблюдается у тех страховых компаний, которые не диверсифицируют свое внимание на различных сегментах рынка. Вероятность потери клиентов у страховой компании будет разная. Так, смена предпочтения страховой компании в большей мере может происходить у физических лиц, населения, но в меньшей мере - у коммерческих фирм. Это объясняется тем, что для взаимовыгодного сотрудничества между компаниями необходимо доверие, которое заслуживается в течение многих лет сотрудничества, тем самым, делая партнеров по бизнесу взаимовыгодными друг для друга на долгосрочную перспективу.

Одной из главнейших причин, ставящих российские страховые компании на несколько ступеней ниже в сравнении с зарубежными страховщиками, является достаточно молодое законодательство. Ситуация

осложняется тем, что по мере того, как Россия переходит к рыночной экономике, все больше ориентируясь на зарубежные стандарты, приходится меняться и отечественным компаниям, которые в силу объективных причин (менталитет, способы ведения бизнеса) не готовы к изменениям.

К этому следует добавить то обстоятельство, что на всей территории России существуют одинаковые условия или «правила игры на рынке» для всех страховых компаний, за исключением тех, которые созданы государством и имеют определенные преференции по отношению к другим участникам рынка. В качестве яркого примера снижения конкурентоспособности страховых компаний считаю важным привести Дальневосточный федеральный округ. Здесь - самые низкие размеры сбора страховых премий страховыми компаниями из всех федеральных округов. Как известно, какой уровень поступлений в бюджет, соответственно, такой и окажется в расходной части. Поскольку уровень жизни в данном округе самый низкий, нет оснований говорить о конкурентоспособности дальневосточных страховых компаний. В современных условиях развития экономики страны, подчеркиваю, существует один из важнейших индикаторов конкурентоспособности российских страховых компаний. Единственным финансовым центром в России, в котором происходит наивысшая в стране оборачиваемость денег, приносящих баснословные дивиденды, является г. Москва. Остальные регионы страны, к несчастью, не способны конкурировать по количеству капитализации страховых компаний с компаниями, базирующимися в столице. Это значительно снижает конкурентоспособность страховых компаний других федеральных округов, что отражается на конкурентоспособности всей российской страховой отрасли. Ярким примером будущих «экономических и социальных перспектив» в IV квартале 2009 года было обсуждение относительно передачи третьей части бюджета (а это более 1,5 млрд. руб.) на 2010 год г. Екатеринбурга - Свердловской области. И данная ситуация с

перераспределением бюджета – не единственная в стране. Возникает вопрос. Исходя из чего увеличивать размер страховых премий, качество предоставляемых страховых услуг, количество платежеспособных клиентов и партнеров, конкурентоспособность российского страхования? Едва ли найдется человек, способный однозначно ответить на эти вопросы.

Следующим важным «вкладом» в развитие конкурентоспособности страховых компаний, вытекающим из предыдущего утверждения, является платежеспособность населения России. За последние два года в связи с мировым финансовым кризисом, не обошедшим Россию, платежеспособность граждан заметно снизилась. По последним опросам общественного мнения причинами такого снижения являются отсутствие необходимости (53%) и на втором месте – дороговизна страховых продуктов (24%)². К этому можно добавить отсутствие специальных знаний финансовых инструментов, что тормозит развитие как страховой компании в России, так и отечественной страховой отрасли.

Спрос на страховые услуги также снизил количество активов страховых компаний. В условиях падения спроса на товары со стороны покупателей следствием явилось последующее снижение предложения со стороны производителей. Таким образом, сузился круг востребованных страховых услуг. Подтверждением этому стало снижение количества страховых премий по страхованию жизни и увеличению по страхованию имущества и ОСАГО. В настоящее время потребители страховых продуктов предпочитают приобретать только самые необходимые полисы, касающиеся имущества, пользования автомобилем (ОСАГО, КАСКО) и здоровья (ОМС).

На мой взгляд, важной причиной снижения конкурентоспособности российских страховых компаний является неравномерное развитие российского рынка страховых услуг. В условиях ограниченного количества

² <http://wciom.ru>

материальных ресурсов страховых компаний и отсутствия однозначных прогнозов развития рынка преобладает, а также определенная сдержанность иностранных компаний позволяют отметить различия в функционировании отдельных сегментов страхового рынка. Для иллюстрации этой обстоятельства обращаю ваше внимание на приведенную ниже таблицу страховых премий и выплат по видам страхования за 2009 год³.

Страховые премии и выплаты по видам страхования за 2009 год

Таблица 2.

Виды страхования	Страховые премии (в млрд. руб.)	Выплаты (в млрд. руб.)
Обязательные виды страхования	557,11	505,11
Добровольные виды страхования	420,42	229,34

Как видно из таблицы, большую часть страховых премий приносят обязательные виды страхования, такие как обязательное медицинское страхование и обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств (ОСАГО). Второе место по сбору страховых премий занимают добровольные виды страхования, среди них ведущие позиции у личного страхования (кроме страхования жизни) и страхования имущества. Количество сборов страховых премий по добровольным видам страхования на 25% ниже, чем по обязательным видам страхования. В зависимости от меняющихся тенденций на рынке указанная разница может как увеличиваться, так и смещаться в сторону уменьшения. Мониторинг и анализ существующей разницы в сборах страховых премий способен оказать значительное влияние для внутренних изменений в

³ <http://www.fssn.ru>

страховой компании в целях недопущения снижения конкурентоспособности страховщика.

Немаловажным фактором, ведущим к снижению конкурентоспособности российских страховых компаний является неправильность в расчетах при заключении договоров страхования. Она выражается в неправильности расчета принимаемых рисков. Из-за отсутствия единой методики расчета рисков и объектов страхования часто возникают несоответствия с разницей в суммах, по которым страховые компании принимали риски и по которым им приходится производить выплаты. Это приводит к значительному снижению платежеспособности российских страховых компаний, что прямым образом отражается на их конкурентоспособности. Зачастую для определения платежеспособности страховой компании, а также ее надежности за основание берут финансовые показатели деятельности компании. Можно наблюдать, как одни страховые компании наращивают свой капитал в то время как другие – борются с увеличивающимся количеством страховых случаев и снижением конкурентоспособности на страховом рынке. В данной проблеме правильность расчетов при выдаче полисов и заключении договоров страхования должна быть в основе учтенных факторов ведения страховой предпринимательской деятельности.

Несмотря на демонстрируемые финансовые показатели страховых компаний относительно конкурентоспособности, огромное влияние на нее оказывают сотрудники компаний. Важнейшим условием функционирования российской страховой компании является персонал, деятельность которого направлена на укрепление финансовых, технологических и организационных векторов развития компании. Даже используя автоматизированное управление процессами, невозможно представить деятельность организации без сотрудников. В настоящее время, когда от современного работника требуется высококвалифицированное исполнение должностных

обязанностей, необходимо учитывать, что обязанность персонала повышать свою квалификацию должна исходить не только от него, но и от страховой компании, в противном случае это обязательно повлияет на конкурентоспособность страховой компании в российской действительности.

Очередной причиной низкой конкурентоспособности российских страховых компаний является невысокая культура обслуживания. Надо полагать, что ее присутствие обеспечивается в большинстве отечественных страховых компаний. Очень часто приходится слышать и читать о проблемах, возникающих у человека при обращении с компанией. В частности, распространены неуважительная позиция к клиентам, неумение решить конфликтную ситуацию мирным путем, задержка в страховых выплатах или частичные выплаты, отсутствие выплат как таковых. Становится очевидным, что данный недостаток характеризует страховую отрасль однозначно с отрицательной стороны и, как следствие, снижает конкурентоспособность российских страховых компаний.

Нельзя не оценить инструмент, способствующий как развитию, так и ухудшению позиций российских страховых компаний на рынке. Несмотря на то, что он способен привести страховую компанию к успеху, в той же мере он способен уменьшить все реальные заслуги, достигнутые за годы существования компании, поэтому данный фактор я решил выдклить в числе причин снижения конкурентоспособности. Речь идет о рекламе. Многим известно, что реклама – двигатель торговли и немногие знают, что для успеха недостаточно выпустить ролик по телевидению и показать его несколько раз. На телевидении существует большое количество рекламы страховых компаний и страховых услуг. Важно учитывать, что контингент потребителей различен, что вносит в рекламную политику страховой компании определенные коррективы. В современных условиях ведения предпринимательской (страховой) деятельности необходимо формирование определенного подхода для реализации рекламной кампании, способной

привести к успеху в продвижении страховых услуг и имиджа российской страховой компании.

Несмотря на необходимость ведения текущей деятельности страховой компании, важнейшим фактором, препятствующим снижению конкурентоспособности, является стратегический характер принимаемых решений. В связи с тем, что последствия мирового финансового кризиса все еще продолжаются в России, отношение руководства страховой компании к стратегическому развитию может дать импульс к укреплению позиций компании на рынке.

На конкурентоспособность российских страховых компаний влияет множество факторов, учет которых необходим для каждой страховой компании, ставящей целью выживание на страховом рынке. В условиях количественного роста числа участников рынка важнейшей задачей является наращивание качественного потенциала в целях соответствия страховых услуг предъявляемым требованиям. Следует помнить, что развитие страхования в России – общая задача, с которой под силу справиться, лишь складывая и координируя усилия на движении к достижению целей всех участников страховых отношений.