

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ЛИЧНОГО СТРАХОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ

И. А. Головушкин, студент IV курса экономического факультета ГОУВПО «Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарёва»,

В статье рассматривается рынок личного страхования Республики Мордовия, анализируется деятельность страховых компаний в регионе, перспективы их дальнейшей деятельности. На основании прогнозов анализа даются рекомендации к укреплению конкурентных позиций на рынке страхования.

Ключевые слова: страхование жизни, личное страхование, страховая компания

На экономические отношения, складывающиеся в процессе производства, обращения, обмена и потребления материальных благ воздействует множество факторов, в том числе негативные стихийные проявления природы и общества. Негативные проявления имеют случайный характер, что позволяет говорить о наличии определенного риска в общественном воспроизводстве.

В целях нормализации производственной деятельности необходимо проводить ряд защитных мероприятий ограничивающих вероятность проявления риска и возникновения неблагоприятных последствий. В ряду этих защитных мер стоит страхование.

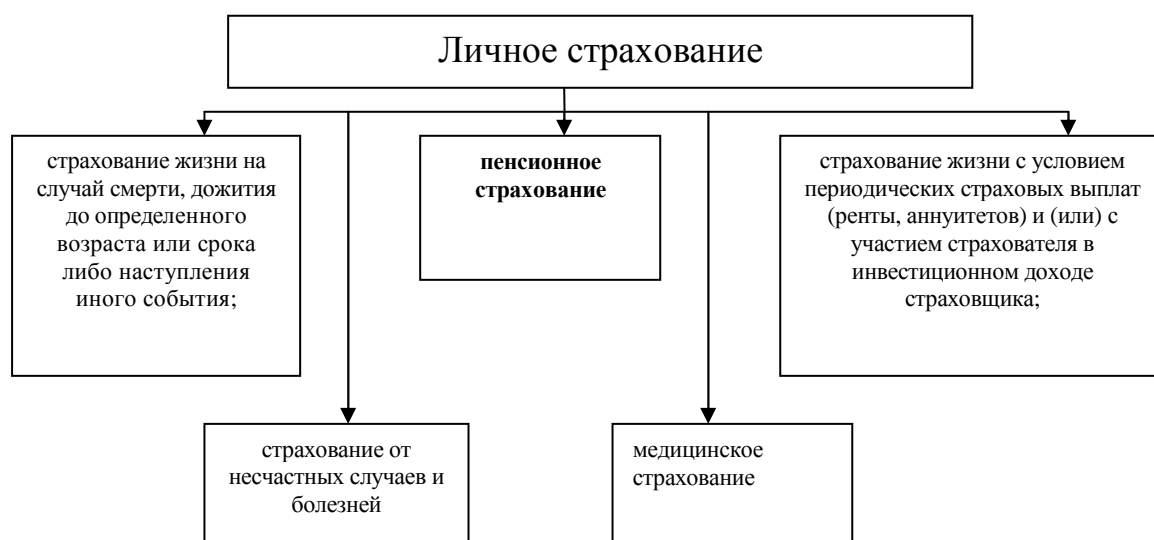
Страхование можно определить как особый вид экономической деятельности, связанный с перераспределением риска нанесения ущерба имущественным интересам среди участников страхования (страхователей). При этом под перераспределением рисков среди страхователей следует понимать особый процесс, при котором потенциальный риск нанесения ущерба имущественным интересам каждого страхователя распределяется на всех, вследствие чего каждый страхователь становится участником компенсации фактически нанесенного ущерба.

Такое перераспределение возможно только в отношении рисков – случайных событий, наступление которых характеризуется одновременно

случайностью и вероятностью и влечет за собой причинение вреда жизни и здоровью граждан или нанесение ущерба имущественным интересам физических и юридических лиц.

Несмотря на случайный, вероятностный характер наступления стихийных бедствий, аварий, краж имущества, чрезвычайных бытовых ситуаций, число пострадавших от них всегда меньше числа опасующихся их наступления.

В личном страховании объектами являются жизнь, здоровье и трудоспособность человека. Особенность личного страхования состоит в том, что оно сочетает в себе рисковую и сберегательную функции. Сберегательная функция реализуется при заключении договора страхования жизни на случай дожития застрахованного лица до окончания срока страхования или возраста, установленного договором. Другая отличительная черта личного страхования заключается в том, что его целью зачастую является защита имущественного интереса не столько самого страхователя, сколько членов его семьи. Следует отметить и то, что страхователями по личному страхованию могут выступать как юридические, так и физические лица [2].



Р и с у н о к **Основные виды личного страхования**

Рынок личного страхования в Приволжском Федеральном округе в последние 3 года развивается значительными темпами. Развитие страхования, которое стало самостоятельной отраслью экономики, идет все более мощными темпами. В Мордовии рынок страховых услуг развивается очень активно.

Повышается страховая культура населения республики. Это ведет к росту конкуренции в данной сфере бизнеса. А значит, потребитель получает возможность выбора. [1]

В настоящее время на территории Республики Мордовия страхованием занимается 71 компания. Личным страхованием занимается 14 компаний. Компании, занимающие лидирующие позиции в отрасли личного страхования, в основе своей расположены в крупных областных центрах и столице страны. В республике все они представлены своими филиалами и представительствами.

Страхованием жизни в Республике занимаются 6 компаний. Суммарные сборы их в 2008 г. составили 51335 тыс. рублей. Большую долю в этом сегменте занимают Росгосстрах – Жизнь (55,35 %), Росгосстрах – Поволжье (10,49 %), и Русский Стандарт страхование (16,96 %). Росгосстрах – жизнь и Русский Стандарт страхование в своей работе в большей степени специализируются на страховании жизни. Русский Стандарт – страхование на территории Мордовии вообще занимается исключительно этой отраслью. Отрасль эта в республике достаточно слабо развита и еще не набрала большие обороты. Вследствие этого данным видом страхования занимается небольшое количество компаний. К тому же получение лицензии на него требует определенных усилий.

Немногом большее распространение получило личное страхование, которое включает в себя страхование от несчастных случаев и добровольное медицинское страхование. Лидирующие позиции в этом сегменте занимают Росгосстрах – Поволжье (28,23 %), Уралсиб (9,48%), Альфастрахование (8,32 %), Военно-страховая компания (18,10 %), Чешская страховая компания (9,86), ЖАСО (12,31 %). Всего же этим видом страхования в Мордовии занимаются 14 компаний. Суммарные сборы их в 2008 г. составили 155492 тыс. рублей. Доля этой суммы в общей сумме сборов по данной отрасли в Приволжском Федеральном округе составляет 1,42%.

По личному страхованию пассажиров в 2008 г. было собрано 1319 тыс. руб. Эта небольшая цифра объясняется тем, что республика не является сильно

привлекаемым регионом для туристов и экскурсий. Основную долю в этом сегменте занимает компания Уралсиб. В 2008 г. ее доля составила 94,69 %, 4,62 % составила доля Росгосстрах – Поволжье в этом виде страхования.

Лицензии по обязательному медицинскому страхованию в Мордовии имеют только Росгосстрах – С. Петербург – МЕД и Газпроммедстрах. Эти 2 компании обслуживают все население республики. Поэтому цифры сборов ОМС и всех остальных видов страхования существенно различаются. За 2008 г. по всем видам страхования (кроме ОМС) было собрано 1270870 тыс. руб., а по одному ОМС собрали 1577955, что обосновывается своей обязательностью для каждого жителя республики [6].

Граждане все чаще обращаются к страховым компаниям за помощью в страховании своего здоровья, своей жизни. Уровень жизни среднестатистического жителя нашей страны в последние годы заметно улучшился. Что напрямую и сказывается на цифрах, которые предоставляют страховые компании в своих отчетах о личном страховании. Человек, удовлетворив свои первоочередные потребности (в еде, одежде, жилье) и не задумываясь о них в будущем, начинает задумываться о своей социальной защищенности, как о следующей ступени улучшения качества жизни. На это незамедлительно реагируют страховые компании со своим перечнем предоставляемых услуг, его изменением и расширением. Происходит личностный подход к клиенту. Начинается конкурентная борьба среди компаний за клиентов. Вслед за расширением спектра услуг изменяются и цены на предоставляемые услуги, подход к каждому клиенту становится индивидуальным, что непосредственно сказывается на суммах, собранных компаниями на рынке личного страхования.

Если в 2006 г. на территории Республики Мордовия компаниями было собрано 182691 тыс. руб. по договорам личного страхования, то в 2008 г. эта цифра составила 1786101 тыс. руб., что составило рост в 877 %. Для сравнения в Приволжском Федеральном округе в 2006 г. на рынке личного страхования было собрано 34992085 тыс. руб. В 2008 г. рост составил 124 %. В ПФО по

объемам премий, собранных страховыми компаниями в сфере личного страхования Мордовия из 14 субъектов за 2008 г. занимает предпоследнее место (2,02 % от общей суммы премий в ПФО), опережая только Республики Марий – Эл (1,95 %). Признанное же в этой сфере занимают, доля которых в общей сумме составляет более 50 %, р. Башкортостан, Республики Татарстан, Самарская, и Нижегородская области. Доля каждого этого субъекта превышает долю Мордовии в сегменте личного страхования минимум в 5 – 6 раз.

В 2006 г. больше всего услугами личного страхования пользовались в республике Татарстан (20,6 %), в Нижегородской области (19,31 %) и в Самарской области (17,3 %), что обуславливается большей численностью населения региона и более высоким уровнем жизни. В этом же году доля Мордовии составляла 0,46 %. Такая незначительная цифра была связана с незначительным распространением и развитием обязательного медицинского страхования (ОМС). В 2006 г. по ОМС в республике было собрано 86067 тыс. руб. (или 0,29 % от общей суммы сбора по ПФО), что по тому же году сопоставимо с Республикой Удмуртия (0,56 %) и Оренбургской областью (0,3 %). Для сравнения в Нижегородской области было собрано 6031109 тыс. руб. (или 20,29 %). Доля ОМС в личном страховании по разным регионам составляет примерно 80 – 90 % в силу своей обязательности. В 2008 г. по ОМС в ПФО было собрано 71823646 тыс. руб. Это составляет в среднем около 20 тыс. руб. на одного человека.

Наименьшую долю в общей доле личного страхования занимает личное страхование пассажиров. В 2008 г. доля составила 0,12 %. Это обуславливается небольшими поездками людей внутри региона небольшими коэффициентами страхования (< 1 %), что связано с маленькой вероятностью страхового случая. Рост использования личного страхования пассажиров за последние 3 года в Мордовии составил 16 % (с 816 тыс. руб. в 2006 г. до 1319 тыс. руб. в 2008 г.), что немногим отличается от общего развития этой отрасли в округе (рост за 3 года составил 29 %). Общими лидерами отрасли все 3 года являлись

Нижегородская и Самарская области. Это является закономерностью вследствие большего притока приезжих и туристов в эти области.

Небольшую долю в общей емкости рынка личного страхования занимает страхование жизни. Рост его в 2008 г. по сравнению с 2006 г. по ПФО составил около 38 %, а в сравнении с 2007 г. вообще произошел упадок в этом сегменте личного страхования (с 5638738 тыс. руб. в 2007 г. до 3602534 тыс. руб. в 2008 г.). В Республике же наоборот наблюдается постоянный стабильный рост этого пункта страхования. С 2006 г. рост составил 108 %. (с 24631 тыс. руб. до 51335 тыс. руб.). В этой отрасли единоличным лидером является Республика Татарстан. В 2007 г. доля страхования жизни в республике в общей доле по ПФО составила 50,06 %. В этом же году доля 8 субъектов ПФО (Мордовия, Марий – Эл, Удмуртия, Чувашия, Кировская обл., Пензенская обл., Ульяновская обл., Оренбургская обл.,) в общей доле по округу составила не более 9 %. В 2008 г. эта цифра составила уже 17,01 %.

Рынок пока находится в такой стадии, которую можно охарактеризовать как «стадия ожидания роста страхования жизни». И хотя объем рынка пока небольшой, и число игроков тоже, но есть ощущение, что в ближайшем будущем – к 2012-2016 году – рынок существенно вырастет. Уже сейчас мы видим, что компании, всерьез пришедшие на этот рынок и намеренные работать на коммерческих принципах, показывают порядка 40 % прироста за год.

Объем рынка реального страхования жизни в России на конец 2008 года, по различным оценкам, составил около 7 млрд руб., Мордовии же составил около 2 млн. руб. Подобный показатель был достигнут вследствие устойчивого роста в последние несколько лет – как показывает статистика, реальный рынок рос в 1,4 раза ежегодно.

За этот период на российском рынке страхования жизни наблюдался ряд тенденций. Первая из них, безусловно, наиболее благоприятная – это очищение рынка от налоговых схем и переход к классическому страхованию. Кроме того, следует отметить снижение уровня «кэптивности» и активное развитие

добровольного страхования. При этом одним из драйверов страхования жизни в России стало развитие кредитования физических лиц.

Таким образом, по разным прогнозам, размер рынка в 2012 году может составить от 18 млрд руб. до 32 млрд руб.

С точки зрения состава игроков на этом рынке, сегодня в России «рыночное» страхование жизни активно развивают около 15 страховых компаний. Более половины из них – это компании с участием иностранного капитала. На мордовском рынке на данный момент работают 7 компаний. За прошлый год наблюдалось снижение общего количества компаний, имеющих лицензию на страхование жизни в результате удаления с рынка операторов, занимавшихся «схемами».

Одна из основных характеристик реального страхования жизни – это рынок, который в значительной мере движется продавцами. Чем больше у нас продавцов – тем больше и спроса. Страхование жизни - это не тот продукт, за которым выстраивается очередь. Самые лучшие продавцы, способные к продвижению бизнеса, работают именно в страховании жизни. Поэтому реальное лидерство будет принадлежать тем компаниям, которые смогут организовать систему продаж по всей территории России. [4]

Важный момент развития компаний по личному страхованию – это работа на смежном секторе рискованного страхования (страхования от несчастного случая). Страхование жизни и от несчастного случая идут рука об руку, оба они продаются как на корпоративной, так и на индивидуальной основе. На сегодняшний день в России – это сопоставимые по объему рынки. Но рынок страхования от несчастного случая уже более насыщен, потребность в нем у потребителей, особенно заемщиков по кредитным продуктам, более актуализирована, поэтому сейчас темпы роста по этому виду немного замедлятся – он будет расти на 15-20 % в год.

Защита от несчастного случая – это своего рода «смазка процесса продаж», то есть это один из первых, базовых продуктов, которые узнают агенты, на нем они постигают азы технологии продаж. Первым его познает и

клиент, такой продукт недорог и нужен всем, и поэтому потом он очень хорошо помогает продвигать уже основной продукт – страхование жизни. Параллельные продажи страхования жизни и от несчастного случая обеспечивают синергию и консолидацию клиентского портфеля при максимизации результата работы агентской сети. Поэтому эти рынки растут синхронно, и большинство страховщиков жизни продают и собственно страхование жизни, и страхование от несчастного случая. Страхование от несчастного случая благодаря своей быстрой окупаемости и прибыльности, частично компенсирует инвестиции в развитие долгосрочных проектов по страхованию жизни.

Исследования показывают, что готовность населения к восприятию предложений по долгосрочному страхованию жизни растет. При этом страховой рынок России сейчас находится на такой стадии, что темпы его развития напрямую зависят от темпов развития компаний по страхованию жизни. Положительные факторы развития страны в целом, например, рост уровня жизни населения, заметный рост численности среднего класса, увеличение ВВП на душу населения и повышение общего уровня культуры страхования, неизбежно подтолкнут рост рынка страхования жизни.

Даже пересматривая условия своей деятельности во время кризиса никогда нельзя экономить на качестве обслуживания клиентов, снижая тот уровень сервиса, который был им обещан и к которому они привыкли. Недовольный обслуживанием клиент вряд ли снова обратится в компанию, более того, никогда не порекомендует страховщика своим знакомым.

Новые финансовые условия заставляют людей анализировать, где можно снизить траты, а на чем лучше не экономить. На страховании экономить не рекомендовалось никогда, а уж в период кризиса отказываться от страховки – это непозволительная роскошь и непростительный риск.

Основной переменной в поведении клиентов на рынке сейчас станет более осмотрительное отношение к выбору поставщика услуг. Приоритет будет отдан страховщикам с высокими рейтингами надежности, бизнес которых открыт для

анализа со стороны, которые регулярно представляют финансовую отчетность и направления инвестиционной политики. Будут также более востребованными компании, имеющие солидный опыт работы на рынке: в целом, их состояние существенно не ухудшилось из-за кризиса. На российском рынке есть достаточное количество надежных страховщиков. Безусловно, они смогут выиграть в быстроменяющихся рыночных условиях, сохранив и укрепив доверие клиентов.

Компании, занимающие лидирующие позиции на рынке личного страхования Мордовии, по оценкам надежности в различных страховых рейтингах занимают крепкие устойчивые позиции. Так по данным оценки рейтингового агентства «Эксперт Ра» компании Росгосстрах, Альфастрахование, Уралсиб, Жасо, Чешская Страховая компания удостоились оценок – «А», «А+», «А++», что определяется как высокий и исключительно высокий уровень надежности. Оценки «А++» удостоились компании Альфастрахование, Уралсиб и Росгосстрах, как признанные лидеры всех сфер страховых услуг.

Рынок личного страхования в данный момент находится на начальном этапе своего развития и, несмотря даже на различные негативные экономические ситуации, происходящие в нашей стране и республике в частности, в ближайшие годы будет активно развиваться и привлекать под свою защиту все большее количество клиентов.

Так как конкуренция на страховом рынке ужесточается, лидеры постепенно сдают свои позиции.

Компании «Росгострах – Поволжье» целесообразно применить маркетинговую стратегию лидера рынка. Именно принять тактические и стратегические меры по обороне и укреплению своих рыночных позиций от конкурентов. Данную стратегию возможно реализовать через гибкую ценовую политику, имеющую индивидуальный подход к каждому клиенту, которая будет для него более привлекательная по сравнению с другими компаниями – страховщиками.

Возможно предложение пакетов страховых услуг. Так, к примеру, при покупке полиса страхования жизни, клиент может получить скидку на полис страхования от несчастных случаев. Тем самым можно стимулировать страхователя к приобретению дополнительной услуги.

Большое значение в стимулировании сбыта в настоящее время придается сети Интернет. Контекстная, банерная реклама на региональных сайтах и порталах, продвижение компании в социальных сетях может повысить как саму популярность компании, так и её деловую репутацию. Так же можно провести оптимизацию сайта компании, чтобы при введении в строку поиска на поисковых сайтах таких слов, как «страхование», «несчастный случай» на первых полосах поиска выводился сайт Росгосстраха.

Рынок личного страхования Мордовии в настоящий момент находится в стадии переломного момента. В последние годы личное страхование получает большую популярность. Число обращающихся лиц и организаций увеличивается. На первые роли выходят компании, известность и престиж которых постоянно растет. На этом рынке все труднее приходится компаниям, чьи услуги не отвечают общим требованиям клиентов. Поэтому страховые организации больше внимания уделяют факторам, которые способны повлиять на спрос, его увеличение. И здесь все более возрастающую роль начинают играть различные маркетинговые решения, при помощи которых, компания может выйти на уровни, на новые сегменты.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Базанов А. Н. Страхование, учебник / А. Н. Базанов, Л. В. Белинская, П. А. Власов и др.; под ред. Г.В. Черновой. – М.: ТК ВЕЛБИ, изд. Проспект, 2007 г. – 432 с.

2. Просветов Г. И. Страхование: задачи и решения: уч. пособие для студентов / Г. И. Просветов. – М.: Проспект, 2008 г. – 208 стр.

3. Роик В. Д. Основы социального страхования: организация, экономика и право / В. Д. Роик. – М.: "Издательство РАГС", 2007. – 456 с.

4. Страхование: учебник для студентов ВУЗов, обучающихся по специальности: «Финансы и кредит, бухгалтерский учет, анализ и аудит» / под ред. В. В. Шахова, Ю. Т. Ахвледиани – 2-е издание; перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008 г. – 511 с.

5. Страхование, теория и практика: уч. пособие для студентов ВУЗов, обучающихся по специальности: «Финансы и кредит, бухгалтерский учет, анализ и аудит»/ под. ред. М.Н. Никулина, С.В. Березина – 2-е издание, перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА. 2007 г. – 511 с.

6. Профессиональный страховой портал «Страхование сегодня» [Электронный ресурс]
–Режим доступа: www.insur-info.ru