Волков Владимир Владимирович. Развитие конкурентной среды российского страхового рынка : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.10 / Волков Владимир Владимирович; [Место защиты: Рос. эконом. акад. им. Г.В. Плеханова].- Москва, 2009.- 175 с.: ил. РГБ ОД, 61 09-8/1447

**Содержание к диссертации**

Введение

Глава 1. Методологические основы формирования конкурентной среды страхового рынка

1.1. Основные характеристики и условия обеспечения конкурентной среды страхового рынка

1.2. Признаки конкурентоспособности страховой организации 26

1.3. Специфические особенности конкурентоспособности страховых услуг 39

Глава 2. Анализ конкурентных стратегий российских страховщиков

2.1. Ключевые направления конкурентной стратегии 53

2.2. Развитие филиальных страховых сетей как конкурентное преимущество страховых организаций

2.3. Рейтинговая конкуренция в страховых организациях 85

2.4. Квалификационная конкуренция при продвижении страховых продуктов на рынке

Глава 3. Направления развития конкуренции на российском страховом рынке

3.1. Конкуренция на основе капитализации страховой организации

3.2. Санация отечественного страхового рынка на основе конкуренции

3.3. Международная конкуренция на страховых рынках и ее последствия для отечественной экономики

Заключение 155

Список литературы 160

Приложения 174

**Введение к работе**

Актуальность темы исследования усиливается' в виду того, что параметры конкурентоспособности отечественных страховых операторов выдвигаются на первый план при реализации государственных политических решений, связанных с вступлением России в ВТО'. Международные интеграционные процессы на европейском страховом рынке по своей природе требуют использования конкурентных преимуществ, однако до сих пор их изучение и

анализ фрагментарны, неполны и часто проводятся как сопутствующие, нецелевые исследования.

**Степень научной разработанности проблемы.**Проблемы конкурентоспособности в современной отечественной экономике достаточно подробно освещены в трудах Е. И. Мазилкиной, Ю.Б.Рубина, Т.Г. Философовой, А.Ю. Юданова. Однако в них доминирует описание товарных рынков и, как правило, отсутствует анализ основ конкурентоспособности страхового рынка. Этим же недостатком обладают и научные труды западных экономистов\* И. Ансоффа, А. Леша, Б. Олина, М. Портера, Э. Хекшера, Г. Хотеллинга, Э. Чемберлина, Ф. Эджоурта, М. Эрлиха, которые становятся все более актуальными при разработке отечественной методологии конкуренции и конкурентоспособности.

В последние годы отдельные аспекты конкурентных стратегий, а также интернационализации и адаптации к условиям международной конкуренции именно отечественного страхового рынка содержатся в научных трудах А.П. Архипова, Ю.Т. Ахвледиани, С.А. Банникова, В.В. Владимирова, В.Б. Го-мелли Э.С. Гребенщикова, С.Г. Журавина, П.В. Журавлева, А. Н. Зубца, Е.И. Ивашкина, Е.В. Коломина, СВ. Лапшина, А.Ю. Лайкова, И.Б. Котлобовско-го, СИ. Рыбакова, В.И. Рябикина, П.А. Самиева, Ю.А. Сплетухова, М. М. Сухорукова; К.И. Третьякова, К.Е. Турбиной, А.А. Цыганова. Однако в них описание и систематизация таких аспектов, как конкурентоспособность страховых организаций, страховых услуг и продуктов, даются неполно или не представлены вообще. Конкурентные стратегии развития страховых организаций ни в одном из указанных нами источников не исследованы системно^ с учетом существующих тенденций на отечественном страховом рынке. Особо подчеркнем, что монографические работы по этой проблеме пока в свет не выходили. Таким образом, актуальность развития научных исследований в области конкуренции на страховом рынке сохраняется.

**Объектом исследования**являются конкурентные процессы на страховом рынке, а также методы регулирования конкурентной среды в современной экономике.

**Предметом исследования**выступают экономические отношения, возникающие между субъектами страхового рынка в процессе их взаимодействия по поводу продаж страховых продуктов, а также разработки конкурентных стратегий развития страховых операторов.

**Цель исследования**заключается в теоретическом обосновании аспектов конкурентной среды на страховом рынке для разработки методических рекомендаций, позволяющих формировать и использовать конкурентные стратегии в страховых организациях.

В соответствии с поставленной целью в диссертации решались следующие задачи:

определить условия, формирующие конкурентную среду на страховом рынке, выделив при этом ее специфические особенности по сравнению с товарными рынками;

выявить признаки конкурентоспособности страхового предприятия, разработать их типологию;

провести сравнительный анализ конкурентоспособности страховых продуктов и услуг с учетом специфики, существующей при их разработке и продвижении на страховом рынке;

обобщить данные о существующих конкурентных стратегиях страховых организаций и разработать их классификацию с учетом факторов международной конкуренции и санации отечественного страхового рынка;

исследовать параметры развития филиальных сетей на страховом рынке с целью выявления критериев отнесения их к конкурентным преимуществам страхового оператора;

- дать предложения по развитию рейтингов страховых организаций.

**Теоретические и методологические основы**диссертации. Теоретической базой исследования послужили труды отечественных и зарубежных экономистов по проблемам страхования, развития финансовых рынков, конкуренции, общего и стратегического менеджмента, теории услуг. При обосновании и разработке положений диссертации использовались результаты аналитических научных исследований и обзоров, опубликованных в периодической печати, официальные правовые, методические и инструктивные материалы государственных федеральных и региональных структур законодательной и исполнительной власти, международных страховых организаций, материалы саморегулируемых организаций, рейтинговых аналитических агентств. Широко использовались финансовая отчетность российских страховых компаний, результаты рейтингов отечественных и международных страховых организаций.

Методологическую основу исследования составили диалектический метод познания, организационный и системный подходы. Диалектический метод реализован при помощи таких общенаучных методов и приемов, как научная абстракция, дедукция, индукция, анализ и синтез, методов группировки и сравнения, метода аналогии. В диссертации применялись логические и графические методы, системный анализ, классификация, сравнение, группировка, метод рейтинговых оценок.

**Эмпирическую основу исследования составили:**законодательные акты Российской Федерации, рекомендательные материалы, методические указания различных страховых ассоциаций, Российского союза промышленников и предпринимателей, Всероссийского Союза Страховщиков;

методические, статистические и аналитические материалы Министерства финансов РФ, Федеральной службы страхового надзора;

публикации в профессиональных экономических российских и зарубежных изданиях периодической печати.

**Научная новизна исследования**заключается в следующем:

выявлены специфические условия конкурентной среды на российском страховом рынке по сравнению с товарными рынками и обоснованы рыночные силы, ее определяющие (власть потребителей, инфраструктуры, государства, конкурентов, потенциальных конкурентов);

доказано положение о том, что если страховое предприятие находится на страховом рынке, оно обладает конкурентными преимуществами;

разработана типология конкурентных преимуществ страхового предприятия по ряду признаков, которые поставлены в зависимость от: применения их на различных рынках, стадии развития предприятия, спроса заинтересованных лиц и функциональной специализации страхового оператора;

теоретически обоснована сущность конкурентных стратегий, применяемых на страховом рынке: стратегия универсального продуктового ряда, стратегия универсальности продуктового ряда в рамках отраслевой специализации, стратегия выживания в условиях перманентной санации страхового рынка, стратегия специализации на ограниченном продуктовом ряде для корпоративных клиентов; стратегия видовой ниши;

обоснованы критерии, в соответствии с которыми региональные сбытовые сети становятся конкурентным преимуществом страховой организации (сравнительные затраты на их содержание, положительная динамика собираемых страховых премий, связь с программами экономического развития региона);

разработана система показателей для нового рейтинга страховых операторов, отражающего качество предоставляемых страховых услуг (выплата

страховых возмещений и страховых сумм в срок и в объемах, соответствующих договорам страхования).

**Практическая значимость результатов исследования**состоит в том, что:

разработана типология конкурентных преимуществ страховой организации;

выявлена система свойств страхового продукта, сосредоточенных в его ядре и мантии, влияющих на его конкурентные преимущества;

разработана схема проведения IPO страховой компании с целью определения параметров капитализации как одного из конкурентных преимуществ;

предложены типологические свойства санации страхового рынка на основе его конкурентных преимуществ;

предложен дополнительный рейтинг страховой организации с учетом качества страховых продуктов, пользователем которого могут быть потребители страховых услуг;

обобщены результаты прогнозов влияния международной конкуренции на отечественный страховой рынок.

Практическая значимость диссертационного исследования также определяется возможностью использования полученных результатов:

саморегулируемыми профессиональными организациями и консалтинговыми, аудиторскими компаниями при разработке конкурентных преимуществ страховых организаций и их конкурентных стратегий;

Федеральной службой страхового надзора и Федеральной антимонопольной службой России при разработке положений по мониторингу конкурентной среды на страховом рынке;

отечественными страховыми организациями при решении задач построения конкурентной, адекватной современным и стратегическим вызовам

системы управления, конкурентных стратегий, ориентированных на рост стоимости бизнеса.

**Апробация работы.**Основные результаты диссертации нашли отражение в восьми публикациях автора общим объемом 6,5 п.л. и докладах на научно-практических конференциях. Идеи и выводы диссертации были использованы рядом российских страховых компаний при разработке корпоративной стратегии, реструктуризации финансовой службы, внедрении современных методов и технологий финансового управления. Экспериментальная проверка идей и практических разработок проведена в страховой компании «ЮГОРИЯ», Всероссийском Союзе Страховщиков, Югорском государственном университете. Результаты диссертационного исследования были доложены автором на Международной научно-практической конференции «Экономика XXI века: глобализация, кризисы, развитие» (РЭА им. Г.В. Плеханова, декабрь 2008 г.), Международной научно-практической конференции молодых ученых в Ярославском госуниверситете (ЯрГУ, декабрь 2007 г.).

**Логика и структура исследования.**Логика исследования определяет структуру работы, состоящей из введения, трех глав, заключения, списка используемой литературы. Диссертация изложена на 175 страницах, содержит 8 таблиц, 18 рисунков и 2 приложения. Список использованной литературы включает 164 наименований.

## Основные характеристики и условия обеспечения конкурентной среды страхового рынка

Под конкурентной средой мы понимаем так называемое внешнее окружение страховой организации, в которой она существует, реализуя хозяйственные операции и выполняя свою миссию по производству и продвижению страховых продуктов к потребителям. В общих чертах элементный состав внешнего окружения достаточно подробно описан в специальной страховой литературе. В частности Шахов В.В. выделяет в нем управляемые и неуправляемые составляющие. К числу первых относятся: рыночный спрос, конкуренция, ноу-хау страховых услуг и инфраструктура страховщика. Во вторую группу включаются: государственно-политическое окружение, социально-этическое окружение и конъюнктура мирового страхового рынка1. Конкуренция выделяется В.В. Шаховым как самостоятельный элемент внешнего окружения страховщика. Подобная позиция не вызывает возражений, поскольку как явление экономической жизни конкуренция всегда присутствует на рынке. Однако, как показывают наблюдения, для ее легитимного и организованного существования всегда необходимы некоторые усилия, как со стороны государства, так и со стороны каждого из ее участников. Неслучайно конкуренция отнесена к управляемым составляющим внешнего окружения страховой организации. Тем самым подчеркивается, что не только конкуренция может оказывать воздействие на нее, но и сама организация может влиять на конкуренцию. Будучи самостоятельным экономическим явлением, конкуренция в то же время может расслаиваться и распадаться на отдельные процессы, факты и характеристики, которые могут наблюдаться в смежных экономических процессах и фактах хозяйственной жизни.

Исследовательская задача по выделению основных характеристик и условий обеспечения конкурентной среды на страховом рынке объединяет в себе несколько направлений. Во-первых, необходимо проследить процесс формирования конкурентной среды и определить, насколько велик разрыв между реальной конкуренцией и условными моделями, которые описывают ее различные проявления на рынке. Во-вторых, требуется выделить новые тенденции, которые указывают на развитие конкуренции и конкурентной среды в страховой экономике в связи с изменяющимися условиями хозяйствования. И, наконец, следует выявить несоответствия в терминологических подходах к описанию уже существующих конкурентных явлений с теми, которыми наука до сих пор пользуется в своей методологии. Каждое из этих направлений в данной работе сформулировано в виде рабочих гипотез, опровергая или подтверждая которые, можно получить конечный научный результат.

Ключевой рабочей гипотезой мы считаем следующий тезис: пока не существует однозначного мнения о том, к какому типу конкурентного рынка относится современный российский страховой рынок. В нашу задачу входит определение его характеристик, в соответствии с которыми можно было бы в дальнейшем определить его конкурентный тип.

Решение этой задачи предполагает использование метода аналогий, при помощи которого можно было бы адаптировать базовые теоретические обобщения и принципы, действующие в отношении товарных рынков к рынку страховому.

## Ключевые направления конкурентной стратегии

В предыдущем разделе нашей работы мы описали одну из стадий развития страховой компании, когда она превращается в бизнес-процессную организацию. На этой стадии разрозненные функциональные процессы при помощи регламентов начинают оформляться в своеобразную технологию, в рамках которой продолжают формироваться, и в конечном итоге реализуются конкурентные преимущества. Регламентом высшего порядка является стратегический план, а стратегическое планирование ставится во главу угла всех бизнес-процессов. Таким образом, чтобы обеспечить конкурентоспособность организации и ее продуктов и услуг на рынке, ее менеджмент вынужден использовать стратегии, обеспечивающие конкурентные преимущества. В исследовательские цели данной работы мы включили выявление типов конкурентных стратегий, которые могут присутствовать на страховом рынке.

Стратегия распадается на множество конкурентоспособных действий и подходов к бизнесу, от которых зависит успешное управление фирмой. В общем смысле стратегия - это план управления фирмой, направленный на укрепление ее позиций, удовлетворение потребителей и достижении поставленных целей. Управляющие разрабатывают стратегии, чтобы определить в каком направлении будет развиваться компания, и принимать обоснованные решения при выборе способа действия. Выбор менеджерами конкретной стратегии означает, что из всех возможных путей развития и способов действий, открывающихся перед компанией, решено выбрать одно направление, в котором она и будет развиваться.

Существует два диаметрально противоположных подхода к определению конкурентной стратегии. Первый из них заключается в том, что стратегия отвечает на основной вопрос о том, чем хочет стать компания годы (а иногда и десятилетия) спустя. Другой подход состоит в том, чтобы планировать конкурентную стратегию, основываясь на тактике. Первый подход получил название «мышление сверху вниз», второй - «снизу вверх»1 Автор второго подхода считает его революционным в связи с тем, что, по его мнению, «Уделяя основное внимание стратегии, или тому, чем вы хотите стать годы спустя, вы совершаете один из двух главных грехов бизнеса: 1) отказ принимать неудачу и 2) нежелание использовать успех. Это называется мышлением сверху вниз». Сам Дж. Траут определяет стратегию не как цель, а как конкретное маркетинговое направление, которое, будучи один раз определено, должно оставаться неизменным.

## Конкуренция на основе капитализации страховой организации

Повышение капитализации, как условие развития конкурентных преимуществ, проявляется в возможности:

- предоставлять экономике долгосрочный капитал, в отличие от страховых резервов, носящих в российских страховых компаниях в основном кратко- и среднесрочный характер. Несмотря на то, что инвестиционный портфель страховой компании вторичен по отношению к страховому портфелю, страховые компании не должны рассматривать инвестиционную политику как «производную» форму своей деятельности. Исходя из опыта развитых стран, можно утверждать, что необходимость в осуществлении активной инвестиционной политики страховщиком обусловлена тем, что собственные операции страхования являются малоприбыльными, а зачастую и убыточными, и, как следствие, возможность увеличить собственные средства страховщиков лежит в осуществлении эффективной инвестиционной политики. Так, в США в 1994 г. на 1 долл. США полученной страховой премии выплачивалось страховое возмещение в размере 18,6, т.е. убытки в, основном покрывались за счет результатов инвестиционной деятельности1;

- выступать наравне с банками и небанковским кредитными учреждениями гарантом (эмитентом гарантийных обязательств) по законодательству многих стран, в том числе и России (ст. 368 ГК РФ);

- повышать свою конкурентоспособность, используя увеличивающиеся финансовые возможности для разработки и внедрения новых технологий, продуктов, тарифов;

- обеспечивать рост благосостояния собственников компании, главным источником которого является рост собственного капитала Потребляемая в текущем периоде часть капитала выходит из его состава, накапливаемая часть призвана обеспечить удовлетворение потребностей собственников капитала в долгосрочном периоде и не исключается из категории капитальных ресурсов.

Таким образом, управление страховыми компаниями должно проводиться менеджерами с позиции роста их капитализации.

В мировой, в том числе и российской практике, существуют следующие подходы к увеличению собственных средств страховой компании:

рост нераспределённой прибыли;

осуществление сделок слияний и поглощений;

привлечение внешних инвестиций путем проведения IPO, дополнительных взносов собственных средств акционеров.

Преимущество способа повышения собственного капитала за счет чистой нераспределенной прибыли, не выплаченной акционерам в качестве дивидендов, состоит в независимости средств от открытого рынка и исключении тем самым издержек по привлечению ресурсов, а также угрозы потери контроля существующими акционерами.. Однако внутренний источник привлечения капитала не в состоянии поддерживать капитализацию на нужном уровне, это заставляет все большее число страховых компаний использовать внешние источники капитала.