

Императивы обеспечения конкурентоспособности российских страховых компаний: новые вызовы и возможности

Заявка № 1304829

В условиях новой реальности стратегические цели развития страховых компаний как институциональных единиц [2], воплощаемые в ее конкурентоспособности, детерминируются различными факторами, среди которых: организационно-правовая форма, отраслевые особенности, структура капитала, вовлеченность в ESG-повестку, уровень цифровизации бизнес-процессов и др. Конкурентоспособность может быть идентифицирована в содержательном плане сквозь призму эквивиальности – как «динамического свойства системы, которая своим развитием осуществляет переход или движение от различных начальных состояний в одно и то же финальное (с точки зрения реализуемости, достижимости поставленных целей в изменяющихся условиях)» [3]. Маркерами конкурентоспособности страховых выступают ключевые показатели их деятельности (премии, выплаты, структура активов, доля рынка, финансовые результаты и др.).

В контексте представленной тематики конкуренция рассматривается как состязательность страховых компаний за страхователей через предоставление им лучших условий удовлетворения их потребностей [5]. Конкурентоспособность страховой организации определяется совокупностью эндогенных и экзогенных характеристик страховой компании [4], которая в конечном итоге свидетельствует ее востребованности среди страхователей, отражает развитость механизмов взаимодействия со и стейкхолдерами.

Институциональный механизм обеспечения конкурентоспособности российских страховых компаний образуют ключевые меры и инструменты, направленные на ее поддержку и стимулирование [1]. Важнейшей из мер выступает антимонопольное регулирование. В данном контексте целесообразно сказать о том, что по проведенным расчётам по состоянию на 2022 год по долям рынка в ТОП-10 крупнейших страховщиков входят 3 кэптивных страховщика, на 2021 год – также 3. Существуют разные взгляды: с одной стороны, кэптивные страховщики – это значительный плюс для рынка, так как они привлекают клиентов, которые уже доверились данному Банку, а с другой – это может привести к олигополии – тайному сговору среди кэптивных страховщиков. Помимо этого, регулятор создал централизованную систему сбора, анализа и хранения информации с прямым участием ЦБ [6], что позволит снизить практику мисселинга, которая приводит к практикам недобросовестной конкуренции.

Императивами обеспечения конкурентоспособности российских страховых компаний выступают:

1. Повышение спроса населения на продукты страхования жизни внутри страховой компании. Речь идет именно о страховании жизни, так как именно оно выступает драйвером развития страхового рынка в целом. В связи с этим, в рамках исследования был проведен социологический опрос (227 респондентов), который направлен на обоснование актуальности повышения спроса на продукты страхования жизни, который показал, что 62,2% респондентов оформили бы договор страхования жизни после в случае получения соответствующей информации (в опросе была раскрыта информация об основных видах страхования жизни), что доказывает тот факт, что необходимо информировать клиентов (в т.ч. повышать финансовую грамотность) о страховых продуктах.

2. Создание конкурентоспособных продуктов страхования. Центральным Банком РФ также упоминалось о том, что необходимо привязать доходность продуктов страхования жизни к ключевой ставке с целью повышения доходности [7]. На настоящий момент доходность НСЖ низкая – в среднем около 4% [8]. В качестве альтернативы выбирается

вклад в банке, за счет более высокой доходности. В связи с этим, необходимо создание модернизированного продукта НСЖ, который был бы привлекательнее депозита.

Также в рамках исследования была построена модель с фиксированным эффектом без учета фактора времени, что подтвердило тот факт, что на сбор страховых премий оказывает влияние рост доходов населения в региональном разрезе субъектов России (при изменении среднедушевого дохода на 1% сумма страховых премий, приходящихся на человека, увеличится на 0,3%). В связи с этим, при большем доходе страхователя, он чаще будет потребителем страховых услуг. С точки зрения страховых компаний, как раз-таки модернизированный НСЖ сможет увеличить доходы индивидов.

3. Повышение осведомленности клиентов о дополнительном источнике дохода: покупка акций и облигаций страховых компаний. Страховщикам следует активнее информировать их клиентов о финансовых инструментах, что также является способом получения дополнительного дохода для клиента, а для страховщика – получение средств на дальнейшую деятельность. Это является фактором конкурентоспособности за счет улучшения доступности капитала, повышения финансовой устойчивости, улучшения доверия и репутации.

4. Повышение узнаваемости бренда страховой компании. Кэптивные страховщики пользуются большей популярностью среди страхователей, так как являются достаточно известными (за счет того, что их дочерние компании – это банки, которые уже успели завоевать доверие клиентов). И при прочих равных условиях, скорее всего, страхователь сделает выбор в пользу известного игрока на рынке. В связи с этим, необходима работа с системой маркетинга страховой организации.

5. Следование ESG-принципам. Данные принципы помогут компании лучше управлять экологическими, социальными и управленческими рисками, что приведет к снижению потенциальных убытков и улучшению финансовой устойчивости компании.

Источники и литература

- 1) Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ (последняя редакция) // СПС КонсультантПлюс.
- 2) ОК 028-2012. Общероссийский классификатор организационно-правовых форм" (утв. Приказом Росстандарта от 16.10.2012 N 505-ст) (ред. от 14.03.2023) (вместе с "Пояснениями к позициям ОК ОПФ")
- 3) Грибков А.А. Генезис эквифинальности и мультифинальности открытых систем // Философская мысль. 2023. № 11. С. 1-9.
- 4) Кашина Ю.В. Факторы конкурентоспособности страховых организаций: подходы, составляющие и классификация // Инновации и инвестиции. 2018. №8.
- 5) Цыганов А. А., Брызгалов Д. В. Особенности конкуренции при различных подходах к измерению страхования и страхового рынка // Современная конкуренция. 2013. №1 (37).
- 6) АСН: <https://www.asn-news.ru/news/85227>
- 7) Коммерсантъ: <https://www.kommersant.ru/doc/6349591>
- 8) Известия: <https://iz.ru/1342116/mariia-kolobova/kliuchevaia-pravka-naskolko-snizitsia-dokhodnost-v-polisakh-strakhovaniia-zhizni>