

## СТРАХОВОЙ МАРКЕТИНГ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ СТРАХОВОГО РЫНКА САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

*Л.А. Выборнова, А.В. Горохова,*

Самарский государственный аэрокосмический университет  
имени академика С.П. Королева  
(национальный исследовательский университет)  
Россия, г. Самара

**Ключевые слова:** *маркетинг, страхование, региональный рынок, лидеры рынка, страховые компании, страховые премии, прогнозирование, развитие.*

В настоящее время значительное место в деятельности субъектов хозяйствования занимает маркетинг – система мер и приемов, которые дают возможность наилучшим образом обеспечить удовлетворение потребностей потребителей и соответственно достичь производителю оптимальной для него нормы прибыли. Страховые компании, являясь производителем специфических услуг, так же нуждаются в маркетинге своих товаров – страховых услуг. Основным назначением страхового маркетинга является оптимизация сотрудничества компании с потребителями страховых услуг.

Страховой маркетинг – комплекс мер, направленных на формирование и постоянное усовершенствование деятельности страховой компании [1], а именно:

1. Разработка конкурентоспособных страховых продуктов (услуг) для конкретных категорий потребителей (страхователей).
2. Внедрение рациональных форм реализации этих продуктов при должном сервисе и продвижении.
3. Сбор и анализ информации об эффективности деятельности страховщика.

Кроме того, страховой маркетинг имеет свои специфические особенности – долгосрочный характер, неделимость страховщика и страховой услуги, а также государственное регулирование рынка страховых услуг и отсутствие патентирования страховых продуктов.

Эффективность деятельности страховщика зависит и от правильно выстроенной маркетинговой стратегии, которая сводится к анализу состояния рынка, потенциальной и настоящей клиентуры страховых организаций, сегментации рынка и разработки эффективного комплекса маркетинга [1].

В работе рассмотрен страховой рынок Самарской области, определены лидеры рынка, проанализирована их деятельность за несколько временных периодов и спрогнозированы объёмы страховых премий данных компаний на два года вперед.

На страховом рынке города Самары в 2014 году работало 93 компании, из них 4 самарские компании (4 %) и 23 компании из других регионов России (25 %), остальные страховщики (71 %) зарегистрированы в Москве [2]. Опреде-

лены страховые премии региональных страховых компаний за период с 2010 по 2014 год и выявлены лидеры рынка.

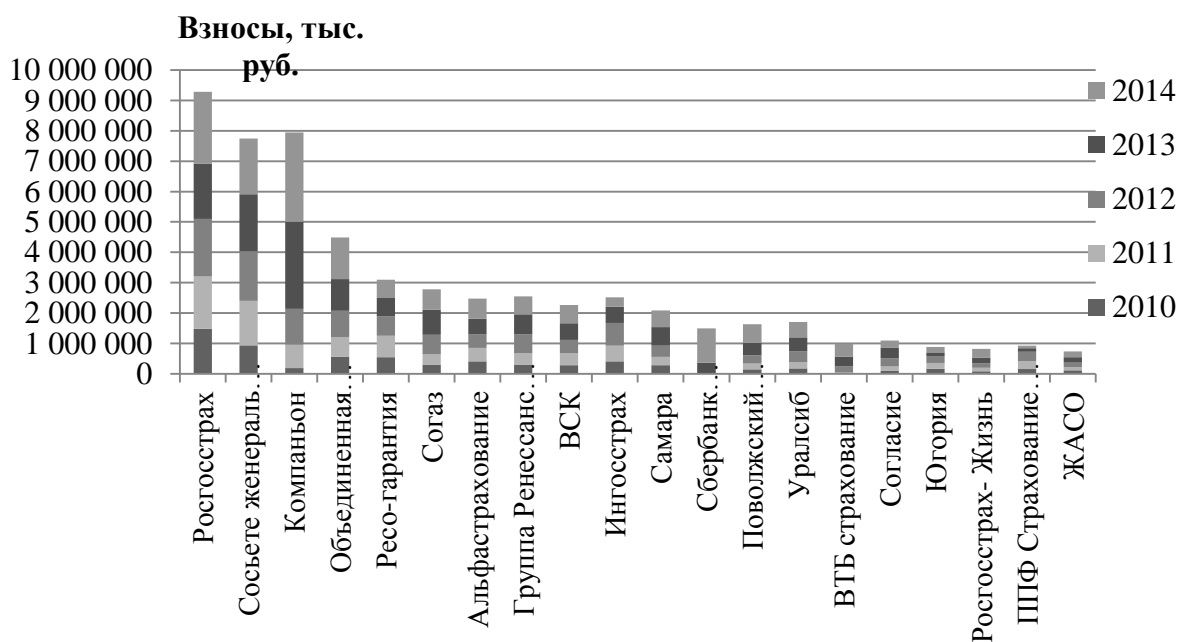
Таблица 1

**Взносы в страховые компании, тыс. руб.**

Компания	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Темп роста в 2013 г., %	Темп роста в 2014 г., %
<b>Росгосстрах</b>	1 900 623	1 816 439	2 367 693	96	130
<b>Сосьете Женераль</b>	1 635 732	1 876 440	1 828 869	115	97
<b>Компаньон</b>	1 182 457	2 866 117	2 946 451	242	103
<b>ОСК</b>	872 438	1 040 153	1 374 590	119	132
<b>Ресо-гарантия</b>	641 324	605 130	599 616	94	99
<b>Согаз</b>	645 483	823 806	670 507	128	81
<b>Альфастрахование</b>	451 073	504 909	663 734	112	131
<b>Группа Ренессанс страхование</b>	604 861	663 483	596 771	110	90
<b>ВСК</b>	443 411	546 958	602 350	123	110
<b>Ингосстрах</b>	748 565	544 488	301 567	73	55
<b>Самара</b>	374 760	608 314	549 843	162	90
<b>Сбербанк страхование жизни</b>	10 407	361 633	1 124 955	3475	311
<b>Поволжский страховой альянс</b>	272 895	411 387	612 964	151	149
<b>Уралсиб</b>	357 773	459 918	508 584	129	111
<b>ВТБ страхование</b>	201 288	331 946	413 077	165	124
<b>Согласие</b>	276 433	334 765	242 573	121	72
<b>Югория</b>	214 733	136 131	177 539	63	130
<b>Росгосстрах- Жизнь</b>	146 010	175 653	299 491	120	171
<b>ППФ Страхование жизни</b>	310 666	112 640	86 685	36	77
<b>ЖАСО</b>	150 831	171 574	192 459	114	112

Самый большой темп роста собранных страховых премий отмечен у компании «Сбербанк страхование жизни». Это может быть связано с тем, что компания является молодой (зарегистрирована в 2013 году) и является партнером ОАО Сбербанк. Уровень темпа роста остальных компаний является достаточно стабильным, наибольшее снижение объема страховых премий отмечено у компании «Ингосстрах» (-45 %).

Объем сборов представленных компаний составляет более 78 % от всего рынка страховых услуг, поэтому можно сделать вывод, что именно эти компании определяют структуру рынка. Рассмотрим деятельность лидеров рынка по объему собранных страховых премий и выплат.



*Рис. 1. Соотношение сборов каждой компании в год в период с 2010 по 2014 гг.*

На графике отражено соотношение взносов по годам для страховых компаний. Отметим, что у лидера рынка – компании «Росгосстрах» стабильный объем взносов в каждом году. Нарастивает деятельность компания «Сбербанк – страхование жизни». Компания «Компаньон», имеющая хорошую тенденцию по взносам, потеряла лицензию, поэтому в последующих периодах эту компанию можно не рассматривать. В числе выявленных лидеров рынка две самарские компании – «Объединенная страховая компания» и компания «Самара».

Компания «Росгосстрах», являясь лидером по собранным страховым премиям, так же имеет высокий показатель выплаченных страховых сумм, то есть с ростом взносов растет и объем выплат компании. Компания «Сосьете Женераль страхование жизни» имеет низкий уровень выплат, несмотря на то, что имеет высокий объем собранных страховых премий. Также низкий уровень выплат имеет компания «Сбербанк страхование жизни».

Проанализирован рынок в разрезе услуг, предоставляемых страховыми компаниями в 2014 году. Для анализа были взяты следующие виды страхования: ОСАГО, КАСКО, страхование нежизни, имущественное страхование, страхование гражданской ответственности.

На рис. 2 приведены выплаты данных компаний за 2010–2014 гг.

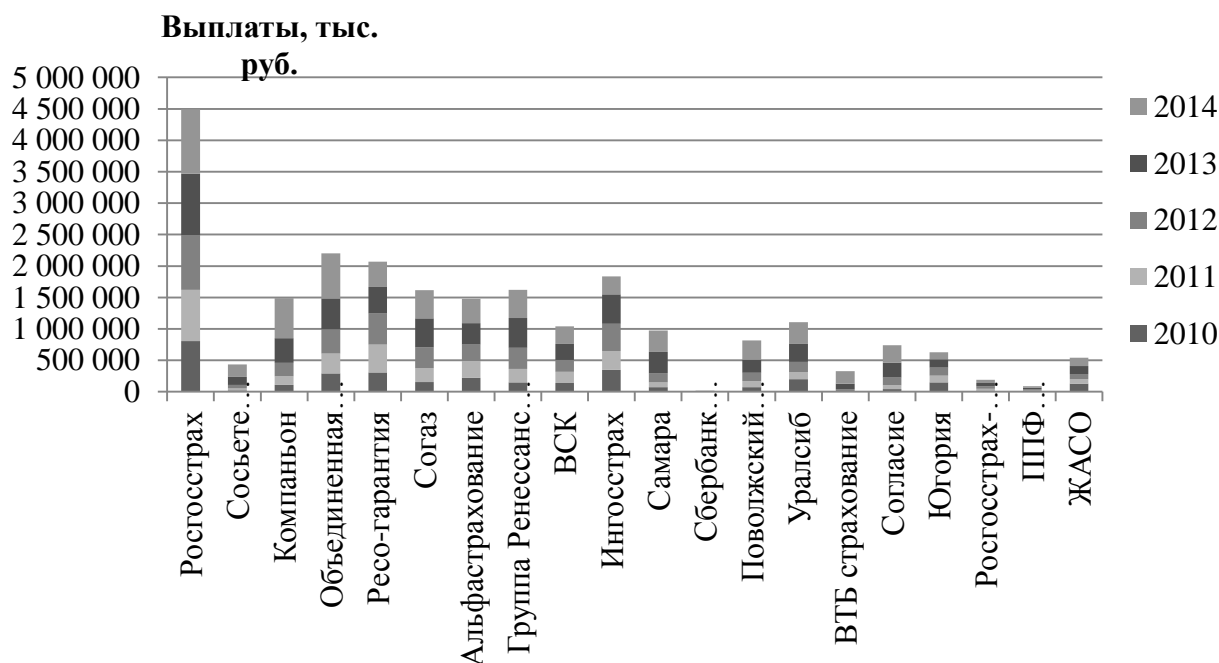


Рис. 2. Соотношение выплат каждой компании в год в период с 2010 по 2014 гг

Совокупные взносы и выплаты по видам страхования представлены на рис. 3.

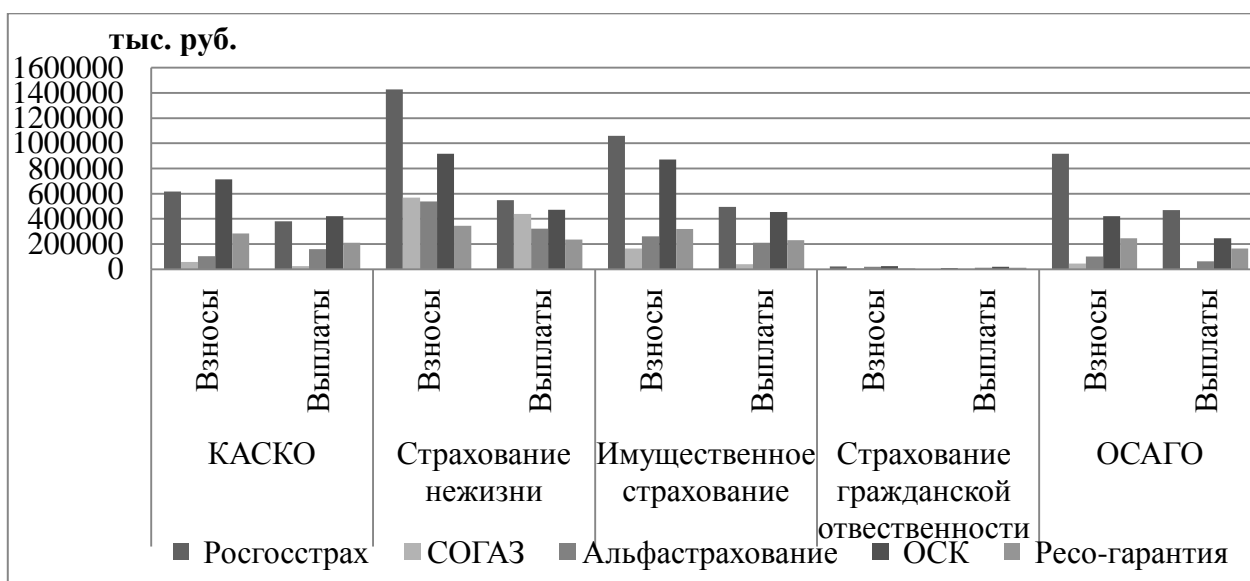


Рис. 3. Взносы и выплаты по видам страхования

В 2014 год лидером по всем представленным видам страхования является компания «Росгосстрах», наибольшие сборы получены по виду «страхование нежизни». Наибольший уровень взносов и выплат по всем компаниям осуществляется по виду услуг «страхование нежизни», а наименьший – «страхование гражданской ответственности».

Проведен ретроспективный анализ развития компании «Росгосстрах» по ежеквартальным данным показателя «страховые взносы».

## Взносы компании Росгосстрах

Период	Взносы (тыс.руб.)	Период	Взносы (тыс.руб.)	Период	Взносы (тыс.руб.)
1	2	3	4	5	6
1кв.2010	264 138	1кв.2012	383 770	1кв.2014	452 177
2кв.2010	658 938	2кв.2012	952 412	2кв.2014	1 079 507
3кв.2010	1 028 868	3кв.2012	1 408 189	3кв.2014	1 681 377
1	2	3	4	5	6
4кв.2010	1 488 459	4кв.2012	1 900 623	4кв.2014	2 367 693
1кв.2011	318 622	1кв.2013	439 053		
2кв.2011	834 412	2кв.2013	945 526		
3кв.2011	1 277 472	3кв.2013	1 380 950		
4кв.2011	1 710 574	4кв.2013	1 816 439		

На основании данных табл. 2 определена функция тренда, описывающая существующую зависимость объема страховых взносов от временного периода. Линейная линия тренда  $y_{тр}(t) = 51675 \cdot t + 575191$ . Выделенные сезонные колебания между данными тренда и фактическими данными, вынесены на график и определена функция, описывающая сезонную компоненту [3]:

$$S_t = A_3 * \sin(\omega t + \varphi),$$

где  $A_3$  – амплитуда гармоника;  $\omega = \frac{2\pi}{T}$  – частота гармоника;  $\varphi$  – начальная фаза.

После оценивания получены следующие значения параметров

$A=$	900000	$\omega$	1,571	$\varphi$	-5
------	--------	----------	-------	-----------	----

Построена результирующая функция аппроксимации  $y(t) = Y_{tp(t)} + S(t)$ . Коэффициент детерминации (соответствие модели исходным данным) составляет 77%, что является достаточно высоким показателем. Рассчитаны прогнозные значения страховых взносов на 8 периодов.

Таким образом получены прогнозы взносов компании «Росгосстрах» до 4 квартала 2016 года.

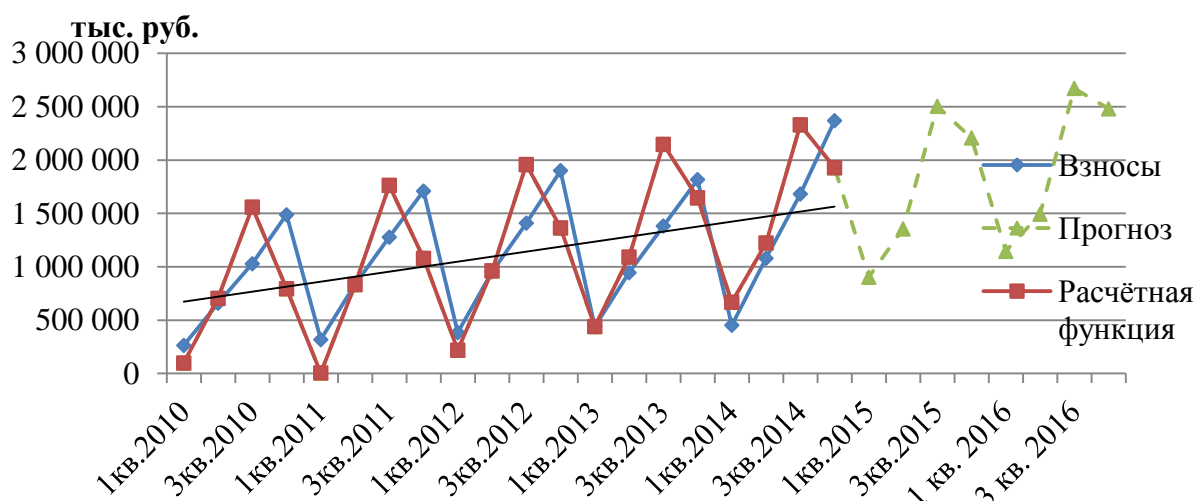


Рис 4. Подбор аппроксимирующей функции и прогноз взносов для компании «Росгосстрах»

Таблица 3

### Прогнозные значения взносов компании Росгосстрах

Период	Взносы (тыс.руб.)	Период	Взносы (тыс.руб.)
1 кв. 2015	903 399	1 кв. 2016	1 145 630
2 кв. 2015	1 356 336	2 кв. 2016	1 493 487
3 кв. 2015	2 503 755	3 кв. 2016	2 671 615
4 кв. 2015	2 206 313	4 кв. 2016	2 480 713

Составленные аналогичным методом функции, описывающие взносы пяти крупнейших компаний региона, представлены в таблице 4.

Таблица 4

### Уравнения взносов страховых компаний и R2

Компания	Уравнение	R <sup>2</sup>	Прогнозируемые значения на 4 кв. 2016 (тыс. руб.)
Росгосстрах	$51675 \cdot t + 575191 + 900000 \cdot \sin(1,57 \cdot t - 5)$	77,84%	2 480 713
Сосьете Женераль	$32275 \cdot t + 486556 + 600000 \cdot \sin(1,569 \cdot t + 5,4)$	77,00%	1 871 296
ОСК	$36616 \cdot t + 128541 + 460000 \cdot \sin(1,547 \cdot t + 5,29)$	72,64%	1 611 985
РЕСО гарантия	$8138 \cdot t + 284374 + 300000 \cdot \sin(1,595 \cdot t + 5,38)$	73,77%	582 480
СОГАЗ	$18678 \cdot t + 232752 + 119355,7 \cdot \sin(1,565 \cdot t + 5,5)$	65,25%	851 838

Полученные функции с достаточно высокой точностью описывают фактические данные (у четырех компаний коэффициент детерминации выше 70%). По прогнозным значениям лидером рынка по-прежнему будет являться компания «Росгосстрах», может измениться взаиморасположение компаний «РЕСО-гарантия» и «СОГАЗ» [4].

На рис. 5–8 представлен подбор аппроксимирующей функции для остальных рассматриваемых компаний.

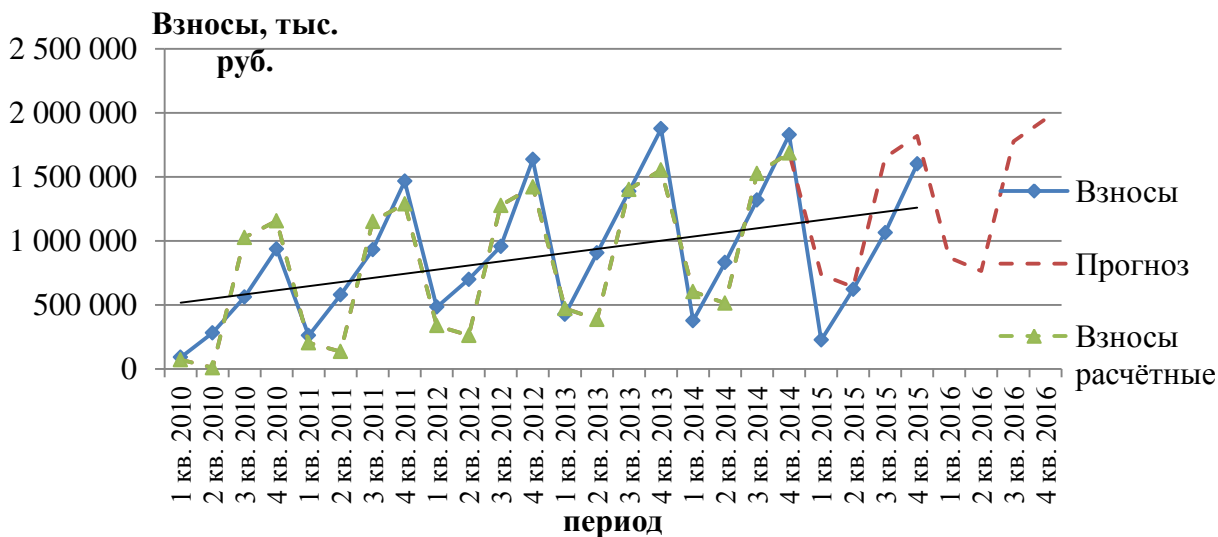


Рис. 5. Подбор аппроксимирующей функции и прогноз взносов для компании «Сосьете Женераль»

Компания «Сосьете Женераль» по прогнозным данным сохраняет свое второе место после компании «Росгосстрах».

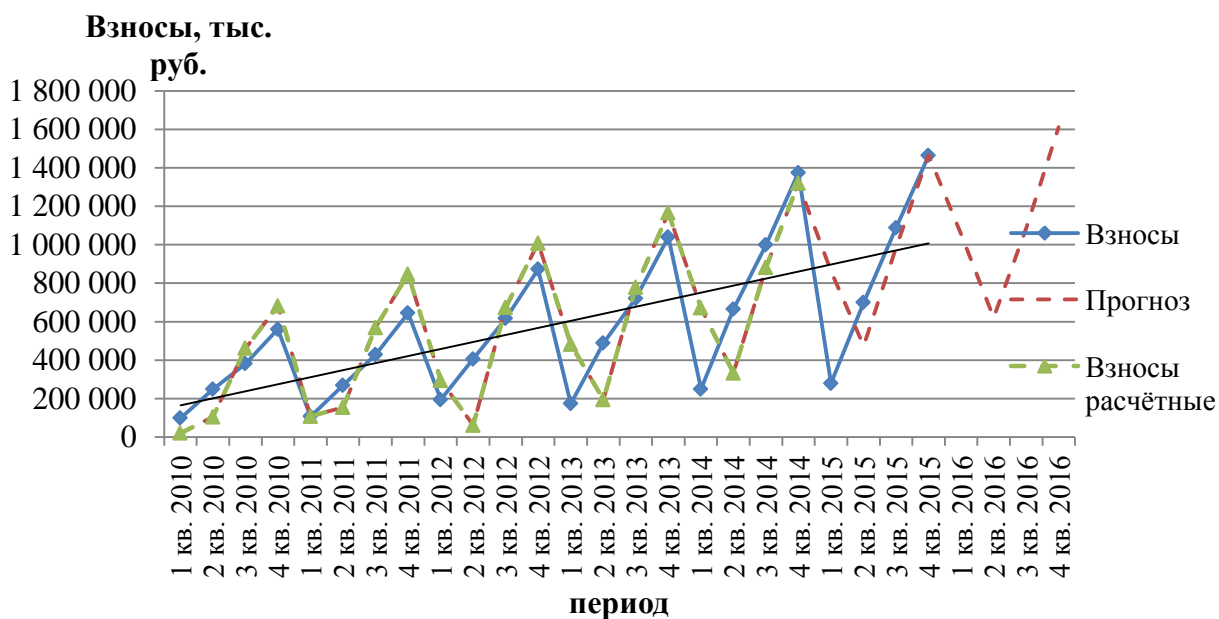


Рис. 6. Подбор аппроксимирующей функции и прогноз взносов для компании «ОСК»

Самарская компания ОСК увеличит объем собранных страховых премий и останется на третьем месте, как и в исследуемом временном периоде.

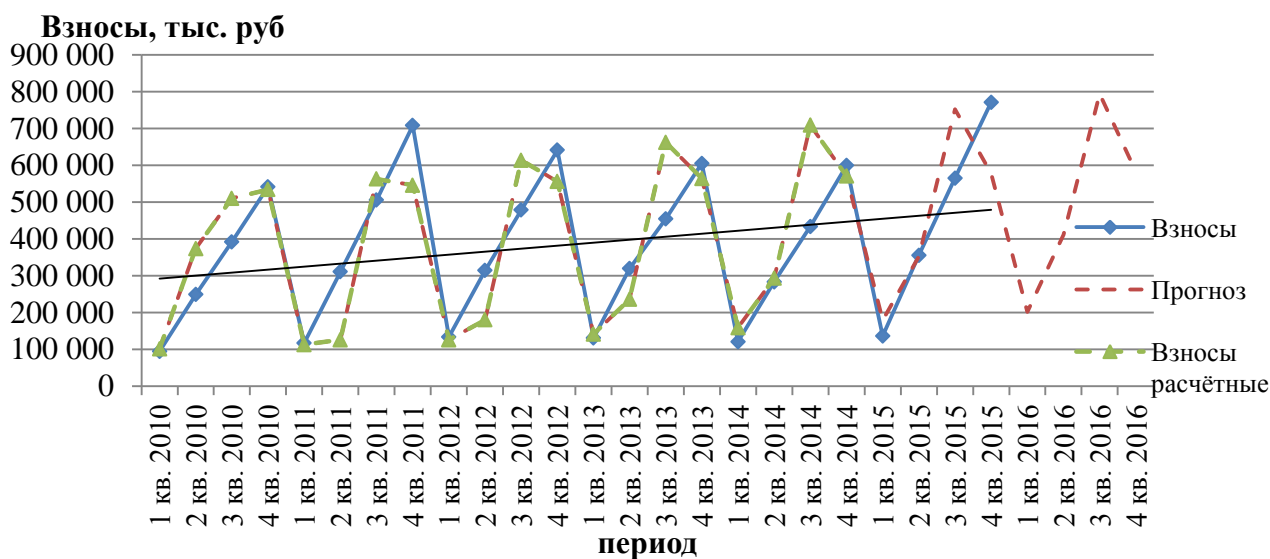


Рис. 7. Подбор аппроксимирующей функции и прогноз взносов для компании «Ресо-гарантия»

Компания «Ресо-гарантия» по прогнозным данным уменьшит объем взносов и снизит свою позицию в числе лидеров.

Компания «СОГАЗ» имеет сложную структуру взносов, поэтому получено наименьшее значение коэффициента детерминации модели. Однако подобранная функция с достаточно высокой точностью описывает фактические данные и показывает, что компания может рассчитывать на собранные страховые премии.

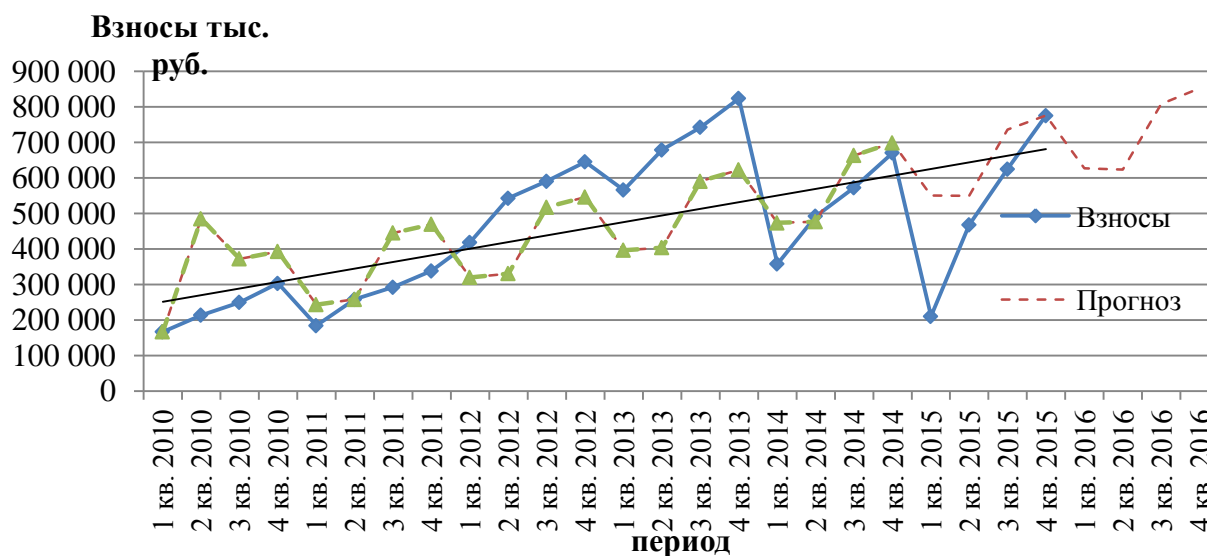


Рис. 8. Подбор аппроксимирующей функции и прогноз взносов для компании «СОГАЗ»

Представленный анализ страхового рынка Самарской области может быть использован в маркетинговых исследованиях, а также для составления маркетинговых стратегий. На страховом рынке области крупнейшим лидером является компания Росгосстрах, которая на всем исследуемом временном отрезке собирала наибольшие страховые премии, кроме того является лидером по анализируемым видам страхования. Компании, которые стремятся занять лидирующие позиции, должны принять в рассмотрение, что определённые ниши на рынке уже заняты и необходимо продумывать новые маркетинговые ходы и предложения для продвижения своих продуктов на рынок.

#### *Литература*

1. Зубец А.Н. Страховой маркетинг. – М.: Издательский дом «АНКИЛ», 2008 г.
2. Сайт МИГ «Страхование сегодня» – Режим доступа: [www.insur-info.ru/](http://www.insur-info.ru/)
3. Корнилов И.А. Основы страховой математики: учебн. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 400 с.
4. Дуплякин В.М., Выборнова Л.А. Прогнозирование объемов регионального потребления бензина предприятиями общественного автотранспорта // European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук). 2014. № 10. Том 1. – С. 52–58.