

Набока М.В.

аспирант кафедры маркетинга Тихоокеанского государственного экономического университета, Владивосток

БЫЛА БЫ «ДОЧКА»...

методика оценки конкурентной среды
на рынке страховых услуг

Оценка состояния конкурентной среды отраслевого рынка путем расчета соответствующих индексов и коэффициентов является необходимым этапом анализа и развития конкуренции в отрасли и в настоящее время осуществляется в соответствии с Приказом ФАС №108 от 25 апреля 2006 года (1). В принятой методике не учитываются взаимосвязи (аффилированности) между страховыми компаниями.

Предлагаем использовать комплексную оценку состояния конкурентной среды, основанную на применении первичной и вторичной информации. Авторский подход к технологии оценки конкурентной среды на рынке страховых услуг заключается:

– в доработке порядка и процедуры этапов ее проведения с бурный рост
и развитие финансовых
и электронных
технологий значительно
обогатили
палитру методов
риск-менеджмента

использованием общеизвестных показателей (индексов и коэффициентов);

– в предложении коэффициента масштаба бизнеса, с помощью которого учитывается связь между страховыми компаниями, для последующего ранжирования страховых компаний и расчета коэффициентов концентрации.

Для оценки конкурентной среды разработан комплексный алгоритм:

1. Сбор информации;
2. Анализ факторов конкурентной среды отрасли;
3. Определение состава продавцов страховой услуги;
4. Определение коэффициента масштаба бизнеса (Имб);
5. Определение доли рынка каждой страховой компании или группы компаний;
6. Расчет индексов концентрации (CR4 и HHI);

7. Выявление качественных показателей структуры страховой отрасли;

8. Оценка типа конкурентной среды. В соответствии с предлагаемым алгоритмом, на первом этапе происходит сбор необходимой для оценки и анализа конкурентной среды информации, получаемой от различных участников рынка страховых услуг.

На втором этапе анализируются межотраслевые и внутриотраслевые факторы, оказывающие влияние на состояние и тенденции развития конкурентной среды рынка страховых услуг, выявляются факторы, оказывающие наибольшее влияние, а также оценивается степень их важности, исследуются продуктовые и географические границы рынка страховых услуг (1).

На третьем этапе определяется институциональная структура рынка страховых услуг в пределах выявленных продуктовых и географических границ рынка страховых услуг.

Также определяется объем реализации услуг (A_i , $i=1...n$) по каждой компании-участнику рынка страховых услуг.

На четвертом этапе для учета взаимосвязи (аффилированности) между страховыми компаниями предлагается проранжировать компании по безразмерному индексу, характеризующему масштаб их бизнеса (Имб).

По итогам экспертного опроса, проведенного в рамках исследования, удалось выявить основные параметры, определяющие масштаб бизнеса страховой компании, а также их вес:

– нетто-выручка компании и дочерних компаний;

– общий штат сотрудников;

– количество филиалов и дочерних компаний.

Индекс предлагается рассчитать по формуле:

$$\text{Имб} = a_1 * \frac{A_i}{A_{\max}} + a_2 * \frac{B_i}{B_{\max}} + a_3 * \frac{C_i}{C_{\max}}, \quad (1)$$

где A_i – выручка компании за отчетный период, руб.;

B_i – общий штат сотрудников, чел.;

C_i – количество филиалов, дочерних компаний

a_1, a_2, a_3 – весовые коэффициенты, $a_1+a_2+a_3=1$.

Все величины, используемые при расчете индекса, нормируются на максимальное значение по базе участников ($A_{\max}, B_{\max}, C_{\max}$).

Предлагаемый индекс прост в расчете, и позволяет ранжировать страховые компании по значению Имб, для дальнейшего корректного расчета индексов концентрации.

На пятом этапе осуществляется расчет доли рынка каждой страховой компании.

На шестом этапе рассчитываются общеизвестные коэффициенты, а именно четырехдольный коэффициент концентрации (CR_4) (2):

$$CR_4 = \frac{OP_1 + OP_2 + OP_3 + OP_4}{OP}, \quad (2)$$

где OP – общий объем реализации страховых услуг, тыс. руб.

OP_{1-4} – объемы реализации 1-4-й компании, тыс. руб.

Объем реализации группы компаний (OP_i) рассчитывается как сумма объемов реализации отдельных компаний, входящих в группу:

$$OP_i = \sum_{j=1}^m A_{ij} \quad (3)$$

где A_{ij} – объем реализации j -й компании, входящей в i -тую группу компаний, руб.

Далее мы предлагаем рассчитать индекс Херфиндаля-Хиршмана (НИ), которые характеризует концентрацию продавцов на рынке (3), несмотря на то, что при количестве компаний более 15 этот индекс рекомендуется не рассчитывать (1).

На седьмом этапе выявляются качественные показатели, характеризующие структуру рынка страховых услуг:

- наличие (или отсутствие) барьеров входа и выхода на рынке страховых услуг, возможность их преодолимости;

- адекватность информации (степень информационной доступности; источники информации).

На восьмом этапе происходит сопоставление и анализ количественных и качественных характеристик рынка страховых услуг, которое позволяет определить, к какому типу рыночных структур принадлежит изучаемый рынок страховых услуг, оценить степень развитости конкурентной среды на рынке страховых услуг или в его сегменте.

На основании полученных характеристик делаются выводы о состоянии и перспективах развития конкурентной среды, о целесообразности и формах государственного воздействия на рынок. В зависимости от уровня концентрации рынка страховых услуг дифференцируются действия антимонопольных органов по отношению к раз-

личным рынкам и действующим на них страховым организациям (4).

Мы проанализировали состояние конкурентной среды на рынке страховых услуг Российской Федерации в 2006 году, используя усовершенствованную авторскую методику. Рынок страховых услуг Российской Федерации в 2006 году характеризовался как низкоконцентрированный, однако, рассчитанные по авторской методике, показатели CR_4 и НИ увеличились.

То есть, даже если учитывать аффилированность страховых компаний, то рынок страховых услуг РФ приближается к умеренно концентрированному и сейчас вмешательство государства не требуется.

Для того, чтобы реально оценить состояние конкурентной среды в Российской Федерации, необходимо рассчитать CR_4 и НИ по отдельным рыночным сегментам и проанализировать состояние конкурентной среды в этих сегментах (табл. 1).

Рассчитав показатели по сегментам рынка страховых услуг РФ в 2006 году с использованием авторской методики, можно увидеть различия в сегментах добровольного страхования имущества и ОСАГО, то есть в сегментах самых массовых видов страхования.

Рынок добровольного имущественного страхования в 2006 году характеризовался как низкоконцентрированный. По уточненной методике оценки концентрация в данном рыночном сегменте больше (табл. 1). Рынок ОСАГО в 2006 году характеризуется как умеренно концентрированный.

Основываясь на методике оценки ФАС (1), можно считать, что госу-

Сравнение показателей CR4 и ННН,
 рассчитанных по различным методикам,
 в сегментах российского рынка страхования в 2006 году *

Вид страхования	Методика	Лидеры	Показатели	
			CR4	ННН
Добровольное страхование имущества	Стандартная	1. Ингосстрах 2. Ресо-Гарантия 3. Согаз	33	432
	Авторская	1. Ингосстрах 2. Росгосстрах 3. Ресо-Гарантия	38	538
Добровольное личное страхование	Стандартная	1. Согаз 2. Росно 3. Жасо	43	645
	Авторская	1. Согаз 2. Росно 3. Жасо	43	670
Добровольное страхование ответственности	Стандартная	1. Ингосстрах 2. Золотой полис 3. Согаз	45	830
	Авторская	1. Ингосстрах 2. Золотой полис 3. Согаз	45	836
Добровольное страхование жизни	Стандартная	1. Капиталь Страхование жизни 2. Русский стандар страхование 3. AIG Россия	73	1 510
	Авторская	1. Капиталь Страхование жизни 2. Русский стандар страхование 3. AIG Россия	73	1 539
ОСАГО	Стандартная	1. Ресо-Гарантия 2. Ингосстрах 3. Росно	29	424
	Авторская	1. Росгосстрах 2. Ресо-Гарантия 3. Ингосстрах	56	1 353

* рассчитано автором по (1) и авторской методике, используя данные (5).

дарству не нужно принимать меры на российском рынке ОСАГО, но используя авторскую методику очевидно, что целесообразно наблюдения за показателями концентрации и контроля за рыночным поведением лидера.

Таким образом, авторская методика оценки конкурентной среды рынка страховых услуг с помощью предложенного коэффициента Имб позволяет составить рейтинг страховых компаний с учетом их аффилированности и взаимосвязей. Это дает возможность обосновать выбор компаний для расчета индексов концентрации и более адекватно оценить сложившуюся на указанном рынке, а также в отдельных его сегментах, ситуацию.

Литература

1. Российская Федерация. ФАС Об утверждении Порядка проведения анализа и оценки состояния

конкурентной среды на товарном рынке: Приказ ФАС РФ от 25 апреля 2006 г. №108 <http://www.fas.gov.ru/competition/goods/7937.shtml>

2. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика: Учебник для вузов/ Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга. 1996. 208 с.

3. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы: Учебник для вузов/ Г.Л. Азоев А.П. Челенков. – М.: ОАО «Типография «Новости». 2000. 253 с.

4. Конкуренция и монопольное регулирование: Учебное пособие для вузов / Под ред. А.Г. Цыганова. – М.: Логос. 1999. 368 с.

5. Поступления каждого из Российских страховщиков за 2006 год (по данным Федеральной службы страхового надзора) <http://www.insur-info.ru/statistics/?year=2006&dec=4>

pn

M.V. Naboka,

postgraduate student, marketing department, Pacific State Economic University, Vladivostok

Methodology for the evaluation of competitive environment in the insurance services market

The paper proposes a procedure for evaluating the competitive environment in the insurance services market, to take into account the interdependencies (affiliation) between insurance companies. Basic parameters have been identified to determine the scale of insurance company business, with an expert appraisal provided for them. A comparative rating has been performed for the competitive environment of insurance services market in the Russian Federation in 2006, using conventional and original procedures.