

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
Современные тенденции деятельности страховых компаний РФ по автострахованию (на примере ООО СБ «Коместра – Страхование»)

УДК 368.2.013(470+510)

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБ61	Богданов Т.С.		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Ермушко Ж.А.	к.э.н.		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Черепанова Н.В.	к.ф.н.		

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Программист	Долматова А.В.			

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор ШИП	Барышева Г.А.	д.э.н.		

**Планируемые результаты обучения по направлениям подготовки
38.03.01 Экономика**

Код	Результат обучения
<i>Универсальные компетенции</i>	
P1	Осуществлять коммуникации в профессиональной среде и в обществе в целом, в том числе на иностранном языке, разрабатывать документацию, презентовать и защищать результаты комплексной экономической деятельности.
P2	Эффективно работать индивидуально, в качестве <i>члена команды</i> , состоящей из специалистов различных направлений и квалификаций, с делением ответственности и полномочий за результаты работы и готовность <i>следовать корпоративной культуре</i> организации
P3	Демонстрировать <i>знания</i> правовых, социальных, этических и культурных аспектов хозяйственной деятельности, осведомленность в вопросах охраны здоровья и безопасности жизнедеятельности.
P4	<i>Самостоятельно учиться</i> и непрерывно <i>повышать квалификацию</i> в течение всего периода профессиональной деятельности
P5	Активно пользоваться основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях
<i>Профессиональные компетенции</i>	
P6	Применять знания математических дисциплин, статистики, бухгалтерского учета и анализа для подготовки исходных данных и проведения расчетов экономических и социально–экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на основе типовых методик с учетом действующей нормативно–правовой базы;
P7	принимать участие в выработке и реализации для конкретного предприятия рациональной системы организации учета и отчетности на основе выбора эффективной учетной политики, базирующейся на соблюдении действующего законодательства, требований международных стандартов и принципах укрепления экономики хозяйствующего субъекта;
P8	Применять глубокие знания основ функционирования экономической системы на разных уровнях, истории экономики и экономической науки для анализа социально–значимых проблем и процессов, происходящих в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем
P9	Строить стандартные теоретические и эконометрические модели исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к области профессиональной деятельности, прогнозировать, анализировать и интерпретировать полученные результаты с целью принятия эффективных решений.
P10	На основе аналитической обработки учетной, статистической и отчетной информации готовить информационные обзоры, аналитические отчеты, в соответствии с поставленной задачей, давать оценку и интерпретацию полученных результатов и обосновывать управленческие решения.
P11	Внедрять современные методы бухгалтерского учета, анализа и аудита на основе знания информационных технологий, международных стандартов учета и финансовой отчетности
P12	осуществлять преподавание экономических дисциплин в общеобразовательных учреждениях, образовательных учреждениях начального профессионального, среднего профессионального, высшего профессионального и дополнительного профессионального образования.

Код	Результат обучения
P13	Принимать участие в разработке проектных решений в области профессиональной и инновационной деятельности предприятий и организаций, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ с учетом критериев социально–экономической эффективности, рисков и возможных социально–экономических последствий
P14	Проводить теоретические и прикладные исследования в области современных достижений экономической науки в России и за рубежом, ориентированные на достижение практического результата в условиях инновационной модели российской экономики
P15	организовывать операционную (производственную) и коммерческую деятельность предприятия, осуществлять комплексный анализ его финансово–хозяйственной деятельности использовать полученные результаты для обеспечения принятия оптимальных управленческих решений и повышения эффективности.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 38.03.01 Экономика

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ООП

(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Бакалаврской работы

Студенту:

Группа	ФИО
ЗБ61	Богданову Тимур Сергеевичу

Тема работы:

Современные тенденции деятельности страховых компаний РФ по автострахованию (на примере ООО СБ "Коместра – Страхование")	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	62–5/с от 02.03.2020г.

Срок сдачи студентом выполненной работы: 18.06.2020г.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Исходные данные к работе <i>(наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).</i>	<ol style="list-style-type: none">1.Ляпина С.Ю., Грачева М.В. Управление рисками в инновационной деятельности: учебное пособие. М.: Юнити–Дана, 2012. 351 с.2.Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств: Федеральный закон от 25.04.2002 № 40–ФЗ (ред. от 28.11.2015) // СПС КонсультантПлюс. 2015. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_36528/ (дата обращения: 24.04.2020).3.Черняк В.З., Эриашвили Н.Д., Барикаев Е.Н. Управление предпринимательскими рисками в системе экономической безопасности. Теоретический аспект: монография. М.: Юнити–Дана, 2015. 159 с.4.Thomas S. Coleman. A Practical Guide to Risk Management. USA: Amazon, 2011. 206 p.
--	--

	5. Виды и классификация рисков [Электронный ресурс] // Портал управления рисков. М., 2012. URL: http://www.risk24.ru/vidi.htm (дата обращения: 26.04.2020).
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов <i>(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).</i>	1 Методология автострахования в России и за рубежом 2 Развитие автострахования в России и за рубежом 3 Нормативное регулирование в отрасли автострахования учреждения России 4 Проблемы рынка автострахования в России 5 Современное состояние рынка автострахования
Перечень графического материала <i>(с точным указанием обязательных чертежей)</i>	–13 рис., 21 табл., 72 источника, 3 приложения
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы <i>(с указанием разделов)</i>	
Раздел	Консультант
Социальная ответственность	Черепанова Наталья Владимировна
Нормоконтроль	Долматова Анна Валерьевна
Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:	

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	
---	--

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Ермушко Ж.А.	к.э.н.		15.02.2020г.

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБ61	Богданов Т.С.		15.02.2020г.

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО
ЗБ61	Богданову Тимур Сергеевичу

Школа	инженерного предпринимательства	Направление	38.03.01 Экономика Профиль «Экономика предприятий и организаций»
Уровень образования	бакалавр		

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

<p>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, используемого оборудования) на предмет возникновения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрации, электромагнитные поля, ионизирующие излучения и т.д.) – опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы) – чрезвычайных ситуаций социального характера 	<ul style="list-style-type: none"> – «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 30.12.2015) – Федеральный закон от 22.12.2005 N 179-ФЗ (с изм. от 14.12.2015) «О страховых тарифах на обязательное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний на 2006 год» – Официальный сайт СК «Коместра–Томь» [Электронный ресурс] // ООО СК «КОМЕСТРА–ТОМЬ», 2016. URL: http://www.komestra.tomsk.ru.
<p>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</p>	

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

<p>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы корпоративной культуры исследуемой организации; – системы организации труда и его безопасности; – развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; – системы социальных гарантий организации; – оказание помощи работникам в критических ситуациях. 	<p>В компании соблюдаются права работников на справедливые условия труда: выходные дни в соответствии с производственным календарем, основной ежегодный отпуск, своевременная оплата труда, достойные условия труда.</p> <p>В принципах корпоративной культуры компании отмечена важность человеческого ресурса компании. По результатам работы сотрудники компании могут получить материальное поощрение в виде премии. Для обучения сотрудников компания проводит мастер-классы и семинары для разъяснения правил страхования, презентации новых страховых продуктов. Для поддержания корпоративного духа проводятся мероприятия для работников.</p> <p>В случае если работник оказался критической ситуации, то он может рассчитывать на материальную помощь в рамках законодательства РФ.</p>
<p>1. Анализ факторов внешней социальной ответственности:</p>	<p>ООО СК «Коместра–Страхование» не</p>

<ul style="list-style-type: none"> – содействие охране окружающей среды; – взаимодействие с местным сообществом и местной властью; – спонсорство и корпоративная благотворительность; – ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров), – готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д. 	<p>берет на себя дополнительной ответственности по охране окружающей среды. Однако компания проводит мероприятия по уборке прилегающей к зданию территории. Конфликтов с представителями власти и местными жителями не имеет, так как осуществляет свою деятельность в рамках законодательства. Компания не занимается спонсорством и корпоративной благотворительностью. «Коместра–Страхование» несет ответственность за качество оказываемых услуг. В случае несогласия с решением компании о размере возмещения по страховому случаю за клиентом остается право обратиться в суд.</p>
<p>1. Определение стейкхолдеров организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> - внутренние и внешние стейкхолдеры организации; - краткое описание и анализ деятельности стейкхолдеров организации. 	<p>Основные стейкхолдеры для компании будут следующие: персонал, потребители, менеджмент. Программа КСО должна быть направлена на персонал, так как от качества их работы зависит уровень сервиса компаний и желание клиентов повторно обращаться в данную фирму и рекомендовать ее своим друзьям, родственникам или коллегам.</p>
<p>2. Определение структуры программы КСО</p> <ul style="list-style-type: none"> - Наименование предприятия; - Элемент; - Стейкхолдеры; - Сроки реализации мероприятия; - Ожидаемый результат от реализации мероприятия. 	<p>ООО СК «Коместра–Страхование».</p> <p>Элементы: Тренинги, мастер–классы по продвижению страховых продуктов; мероприятия по сплочению для сотрудников; социально значимый маркетинг для клиентов.</p> <p>Результат: повышение привлекательности компании для клиентов.</p>
<p>3. Определение затрат на программы КСО –расчет бюджета затрат на основании анализа структуры программы КСО</p>	<p>Планируемый годовой бюджет для запланированных мероприятий по КСО: 760000</p>
<p>4. Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций</p>	<p>Планируемые мероприятия могут оказать благоприятное влияние не только для ООО СК «Коместра– Страхование», но и для общества.</p>
<p>Перечень графического материала:</p>	
<p>При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)</p>	<p>Таблицы</p>

<p>Дата выдачи задания для раздела по линейному графику</p>	<p>15.02.2020</p>
---	-------------------

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Черепанова Н.В.	к.ф.н.		15.02.2020

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБ61	Богданов Т.С.		15.02.2020

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 99 страниц, 16 рисунков, 12 таблиц, 33 использованных источников, 2 приложения.

Ключевые слова	Экономический риск, воздействие на риск, автострахование, КАСКО, ОСАГО, страховой тариф, эффективность страховой деятельности
Объектом исследования является (–ются)	Рынок автострахования России
Цель работы	Изучить рынок автострахования России на примере одной из компаний
В процессе исследования проводились	Изучение методов воздействия на риск; классификация страховых продуктов; выявление основных факторов, оказывающих влияние на страховой тариф по обязательному и добровольному автострахованию; исследование текущего состояния рынка автострахования в Томской области; анализ методов повышения эффективности деятельности и особенности формирования страхового продукта.
В результате исследования	Проведенный анализ показал, что решить проблемы автострахования нельзя просто путем поднятия тарифов. Наоборот, необходима их оптимизация и снижение. Регулировать размер тарифов возможно за счет изменения величины нагрузки, которая входит в страховой тариф (брутто–ставка). Страховая компания должна работать над сокращением своих издержек, тогда коммерческая нагрузка на тариф будет меньше, и соответственно его стоимость ниже, что необходимо в условиях экономической нестабильности.
Степень внедрения	В исследовании использовались данные полученные в результате прохождения практики в страховой компании «Коместра–страхование»
Область применения	Сформулированные в ходе ВКР выводы и практические рекомендации могут быть использованы при разработке стратегий развития автострахования в регионе.
Экономическая эффективность / значимость работы	Экономическая значимость состоит в использовании теоретических выводов, методических подходов и практических рекомендаций для развития автострахования в Томской области.
В будущем планируется:	Работа в страховой компании со страховыми продуктами в области авто–страхования.

Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки

В данной работе применены следующие термины с соответствующими определениями:

Лимитирование: ограниченность чего–либо, выпуск продукта только в определенном количестве

Таргетированная реклама: вид рекламы в интернет пространстве настроенный на показ продукта заинтересованным покупателям.

Стейкхолдеры: Группы, организации или индивидуумы, на которые влияет компания и от которых она зависит

В данной работе применены следующие обозначения и сокращения:

–РФ – Российская Федерация

–ТК – трудовой кодекс

– Минфин России– министерство финансов Российской Федерации

–ГК – Гражданский кодекс

– Авто – Автомобильный транспорт

Оглавление

Введение	12
1 Теоретико–методологические положения категории «риск»	15
1.1 Экономическое содержание понятия «риск»	15
1.2 Основные методы воздействия на риск.....	24
1.3 Механизм функционирования страхования в интегрированной среде управления рисками	33
2 Основные направления повышения эффективности автострахования в национальной экономике	37
2.1 Определение автострахования, классификация страховых продуктов	37
2.2 Современные оценки рынка автострахования в России	45
2.3 Сравнительный анализ портфелей по автострахованию по специализирующимся на этом виде компаниям	53
3 Направления диверсификации затрат и повышения эффективности автострахования в национальной экономике на примере АО СК «Коместра – Томь»	59
3.1 Оценка влияния факторов внутренней и внешней среды на эффективность автострахования в АО СК «Коместра – Томь»	59
3.2 Основные направления повышения эффективности автострахования АО СК «Коместра – Томь»	70
4 Корпоративная социальная ответственность	81
Заключение	85
Список использованных источников.....	89
Приложение А Анализ выплат страховых возмещений и поступлений страховой премии 2018–2019 годы.....	93
Приложение Б Организационная структура АО СК «Коместра–Томь»	97

Введение

Страховой рынок России относительно молод, и он характерен своей изменяющейся многофакторной системой, которая постоянно находится в динамике и зависима от экономических элементов состоит из отдельных групп и участников рынка.

На чем же держатся и зарабатывают прибыль страховые институты России, дело в том, что приток вложений в виде страховых взносов гораздо больше, чем выплаты застрахованным лицам, проще говоря страховые случаи случаются относительно редко, что позволяет компании ежегодно выходить значительный плюс и наращивать свой капитал. Наращенный капитал компании чаще всего вкладывают в государственные и региональные программы с целью получения дополнительной прибыли, а также предметом инвестиций становятся: закладные под недвижимость, акции, облигации и даже иногда стартапы.

С каждым годом компании для повышения уровня конкурентоспособности расширяют охват области оказываемых услуг внедрением страхования во все области жизни человека, связанные с риском [1]. А также в борьбе с конкурентами не маловажным аспектом является низкая цена и высокое качество сервиса. Современные тенденции развития компаний склоняют к тому, что каждая компания должна быть прозрачна и каждый клиент получил свою выплату.

Много внимания уделено проблемам страхового сегмента в России. Как со стороны законодательной власти, так и исследовательских сообществ в частности, как между собой связаны участники страхового рынка, каким образом определяются тарифы на услуги, каковы размеры выплат по страховым случаям, насколько честна и прозрачна конкурентность между компаниями, разработки внедрения новых страховых услуг в различные сферы жизни человека.

Страхование оказывает не маловажное влияние на стабилизацию

экономики, что делает эту тему более актуальной. Однако имеются проблемы на законодательном уровне так как не всегда законы успевают корректироваться с такой же скоростью как развивается и меняется страховая отрасль.

Российский страховой рынок далек от совершенства и для решения многих проблем берутся примеры с развитых стран, где страховая система более совершенна. А также анализ развитых стран позволяет ответить на один из самых важных вопросов, почему же российская система так отстает и что следует перенять у зарубежных коллег для достижения наиболее совершенной системы.

Объект исследования: страховой рынок.

Предмет исследования: экономические отношения и процессы, связанные с функционированием российского страхового рынка.

Цель исследования: раскрыть экономическое содержание и основные закономерности функционирования страхового рынка, определить тенденции и перспективы его развития в России.

Для успешного достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

- изучить сущность и структуру страхового рынка;
- дать характеристику участников страхового рынка;
- рассмотреть страховые продукты и услуги, реализуемые на страховом рынке;
- проанализировать состояние российского страхового рынка в части его динамики, масштабов, уровня оказываемых страховых услуг;
- определить тенденции и перспективы развития страхового рынка России.

Методы исследования: проведен анализ теоретических источников о страховании, различных видов услуг, предоставляемых на данном рынке и его участников.

В процессе анализа страхового сегмента были использованы такие

методы анализа как: графический, сравнительный, горизонтальный, коэффициентный, вертикальный.

Для того чтобы описать конечный результат исследования был использован метод систематизации и описания полученных результатов.

При написании работы использовались статьи, опубликованные в журналах: Инновационная наука, Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований, Современные науки, Экономические науки. Статьи в журналах способствовали более полно отразить современное состояние страхового рынка России, управление рисками страховых компаний, проблемы и направления развития страхового дела и рынка [1].

Официальные сайты страховых компаний, Росстата сделали процедуру анализа деятельности страховых компаний более простой и точной.

Научная новизна исследования заключается в обобщении существующих теоретических положений, касающихся темы исследования, в выработке практических рекомендаций по дальнейшему развитию российского страхового рынка.

Теоретическая значимость бакалаврской работы заключается в обширном подборе литературы и научных статей, которые позволили глубже понять значение и необходимость страхования, выявить новые современные способы развития страхового рынка России.

Практическая значимость исследования страхового рынка России заключается в анализе страхового рынка России в определении тенденций и перспектив его развития.

Структура бакалаврской работы состоит из введения; двух глав, семи параграфов; заключения, отражающего основные выводы работы, списка использованной литературы из источников, таблиц, рисунков, приложений.

1 Теоретико–методологические положения категории «риск»

1.1 Экономическое содержание понятия «риск»

Риск – понятие довольно обширное и неоднозначное. Оно имеет множество как определений, так и подходов к его пониманию.

Из множества подходов определения понятия риск, есть два основных: классический и неоклассический. Классическая теория рассматривает понятие риск как итог неправильного решения и в ней главным объектом рассмотрения является тот возможный ущерб, который может за собой повлечь неправильно принятое решение.

Однако этот подход не пришелся по душе экономистам неокласикам и они в свою очередь выдвинули свою теорию того что представляет собой риск в экономике. Значительный вклад в неоклассическую теорию внесли А.Маршалл и А.Пигу [3]. С их точки зрения предприниматель – это тот человек, который работает, находясь под постоянным давлением рисков так как величина его прибыли не определена и для принятия тех или иных решений он опирается на два основных критерия:

- размер ожидаемой прибыли;
- величина колебаний прибыли [4].

Неоклассики опирались в своей теории на принцип предельной полезности, и рассматривали, какие решения примет предприниматель именно в этих условиях. Если предпринимателю предстояло сделать выбор, куда вложить капитал и оба решения давали одну и ту же полезность, то с большой вероятностью выбор будет сделан в пользу варианта, где колебание прибыли будет наименьшим.

Эта точка зрения привела к тому, что понятие риска приобрело, более расширенное определение. Риск в данном рассмотрении – это то, что берет на себя предприниматель и по этой же причине он может понести потери, либо его доходы могут быть гораздо ниже ожидаемых [4].

У людей подсознательно отложилось в голове то, что экономический риск это что-то негативное. Он ассоциируется с потерями и негативными впечатлениями, когда попадаешь в ситуацию, где прибыль гораздо ниже ожидаемого уровня. Однако риск может работать как в негативном ключе, так и в позитивном. В случае, где риск повлек за собой сильное увеличение доходов, которые превысили прогнозируемый уровень, можно сделать вывод, что риски, которые взял на себя предприниматель, вывели его на новый уровень доходов и оказали положительное влияние на уровень доходов его компании [4].

В научном сообществе ответ на вопрос что же такое риск вызывает еще больше разногласий. Однако можно выделить три основных направления, которые объединяет то, что риск оказывает влияние как на политическую, социальную так и на экономическую деятельность человека. И воспринимается как угроза, в которой следует минимизировать потенциальную опасность, которая может повлечь в большой потере различного рода ресурсов [4].

Каждое из направлений рассматривает разные свойства риска. Одно из первых направлений было сформировано на основе оптимального управления исходя из этого можно понять, что всеобщность и системность являются здесь одними из основных свойств риска. Практически в любой деятельности человека присутствует тот или иной риск. На это могут повлиять: малое количество ресурсов, недостаток информации, нестабильность экономики страны. Немаловажным аспектом в творческом развитии человека может быть свободный выбор рискованных ситуаций. Кто-то воспринимает риск как угрозу, другие могут воспринимать его как сигнал к тому, чтобы быть более осторожным, но найдутся и те, кто увидит в риске позитивную сторону того, что, рискнув у него появится возможность улучшить качество жизни в определенной степени самореализоваться, получить дополнительные материальные блага для дальнейшего развития и улучшения материального положения.

Свойство всеобщности подтверждается тем, что определенным видам риска свойственен полисистемный эффект: это когда результаты одной области оказывают прямое влияние в другой области. Наглядный тому пример ипотечный кризис 2008 года, который разросся и стал мировым кризисом. Однако полисистемные эффекты не контролируются теми, кому нужно сделать выбор в ситуации с высоким уровнем риска.

О. Шпенглер и Н.Я. Данилевский изложили в своих трудах второй подход. В их трудах риск был последствием длительного накопления регрессивного потенциала. Процесс исследования деструктивных рисков представляет собой изучение таких характеристик как:

- потеря качеств и свойств, духовных и материальных ценностей, которые были полезны в прошлом, но при сложившейся нынешней ситуации теряют свою актуальность;

- быстрое появление новых качеств и свойств, духовных и материальных ценностей, которые не успевают достаточно изучить, для оценки и установления размера угроз, которые они могут за собой повлечь;

- с быстрым ростом промышленности в геометрической прогрессии растет и уровень опасности как экологической, так и экономической [4].

В результате быстрого роста экономической деятельности, происходит быстрый рост и изменение связей, к которым, мягко говоря, не все люди успевают адаптироваться [4]. Этот факт наглядно продемонстрировала «арабская весна» не все развивающиеся страны могут найти свое место в данной модели быстро развивающейся современной экономике. Это приводит к тому, что люди устраивают стихийные и революционные выступления. Большая часть социально–экономических явлений несет необратимый характер, что способствует росту рисков.

Группа авторов, входящих в третью группу (Управление финансовыми рисками. – М., 1996, Курс экономики/ Под редакцией Б.А. Райзберга. – М., 1997Хизрич Р., Питере М. Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха. – М., 1991 Вып. 1; Рэдхэд К., Хьюс С.)

Они же были сфокусированы на исследовании на особенном виде рисков, которым являлся предпринимательский риск. Основана эта теория разнице того, что предприниматель желает получить и какая ситуация будет в реальности. В итоге в данных работах портрет предпринимателя представляет собой человека, который добивается поставленных целей вариативно изменяющимися способами и меняет стратегию, опираясь на ситуацию и уровень рисков в данный момент.

Неотъемлемой частью предпринимательской деятельности является управление рисками, которое можно разбить на следующие группы:

- случайные (к данному виду рисков можно приспособиться и даже получить от него выгоду, если обладать достаточным количеством информации о том, как в данной ситуации функционирует рыночный механизм в целом);

- иерархические, их можно заранее предугадать, эти риски вызваны действиями органов власти (они неподвластны отдельным субъектам экономики) [5].

Такие как курсы обмена валют, инфляция, безработица. На эти процессы предприниматель не может оказать никакого влияния, однако он должен учесть эти факторы, когда будет составлять стратегию развития компании. Иерархическая система дает участникам минимизировать свои риски путем полного подчинения власти и максимального уровня лояльности. Но, тем не менее, данная система не способна контролировать все пространство и перенимает принципы рыночной конкуренции, за счет чего объем случайных рисков значительно увеличивается. Немаловажный вклад в теорию предпринимательских рисков внес комплексный подход, который приобрел значимость в данном направлении. Его суть в том, что отдельный риск не сильно влияет на ситуацию, если соотнести его с общим объемом, исходя из этого, риски можно диверсифицировать [6].

Автором данной выпускной квалификационной работы было принято решение придерживаться неоклассического подхода к определению

экономического риска потому, что понятие риск невозможно воспринимать только как потери, угрозы и убытки для компании.

Гораздо больше понятию риск подходит следующее определение: риск – это вероятная ситуация, при которой окончательный результат неизвестен и может нести за собой три разных исхода: положительный (увеличение дохода), отрицательный (понести убытки) и нулевой.

Риски имеют множество различных подходов к ним, это связано с тем, что в каждой ситуации есть свои нюансы и способы решения проблем, связанных с рисками. Есть ряд критериев, по которым классифицируются риски:

- характер последствий (что будет, в случае если пойти на данный риск);
- характер учета (как и где, отображены риски);
- основные факторы возникновения (при каких обстоятельствах они возникают);
- сфера возникновения (каждой отрасли присущи некоторые риски, которые чаще всего встречаются именно в их сфере);
- время возникновения (когда риск возник).

По тому, какие последствия несет за собой риск:

- чистые риски (статистические или простые) в большинстве своем приносят только потери. Примеры чистых рисков: несчастные случаи, стихийные катастрофы, преступные действия в отношении организации;
- спекулятивные риски (коммерческие и динамические) при них возможны как возможность дополнительного получения прибыли, так и возможность понести потери. К таким рискам можно отнести: изменение законов, смена вектора развития рынка, изменение валютного курса [7].

По тому, как учитываются риски их можно разделить на:

- внутренние риски – это те риски, которые происходят внутри компании, и могут повлиять на уровень продаж и репутацию предприятия. К ним можно отнести: производительность труда, выбор стратегии развития

компании как в сфере маркетинга, так и в целом.

– внешние риски – риски, на которые компания не может оказать влияние, к ним можно отнести конкуренцию и то, что повлияет на выбор потенциального или просто заинтересованного покупателя.

– экономические риски – тот вид рисков, где задействованы сразу несколько факторов, таких как экономическое состояние страны, так и экономическое состояние самой компании.

– политические риски – риски, которые вероятны при изменении политического вектора развития предпринимательства, могут появиться, при изменении политических отношений стран: санкции, эмбарго и даже полное закрытие границ.

– коммерческий риск – риск, который несет компания, когда собирается реализовывать свою продукцию. Возникнуть эти риски могут по абсолютно разным причинам: повышение цены, по которой закупалось сырье, логистическая потеря груза или некачественная его доставка до места назначения.

– производственный риск – риск, при котором компания не сможет выполнить свои обязательства и своевременно доставить продукцию. Такой риск может быть связан с поломкой оборудования и застоем производственных мощностей.

– страховой риск – это риск, который был заранее предвиден и включен в условия договора со страховой компанией, по нему страховая компания обязана выплатить компенсацию на основании того, что предприятие исправно делала выплаты и соблюдала все условия контракта.

– финансовый риск – риск, при котором компания не способна выполнить свои финансовые обязательства. Причины, по которым может возникнуть подобная ситуация таковы: при изменении валютных курсов произошло обесценивание инвестиционного портфеля, банкротство [7].

Есть и другие риски. К примеру, их можно классифицировать по последствиям, см. Рисунок 1 [6].

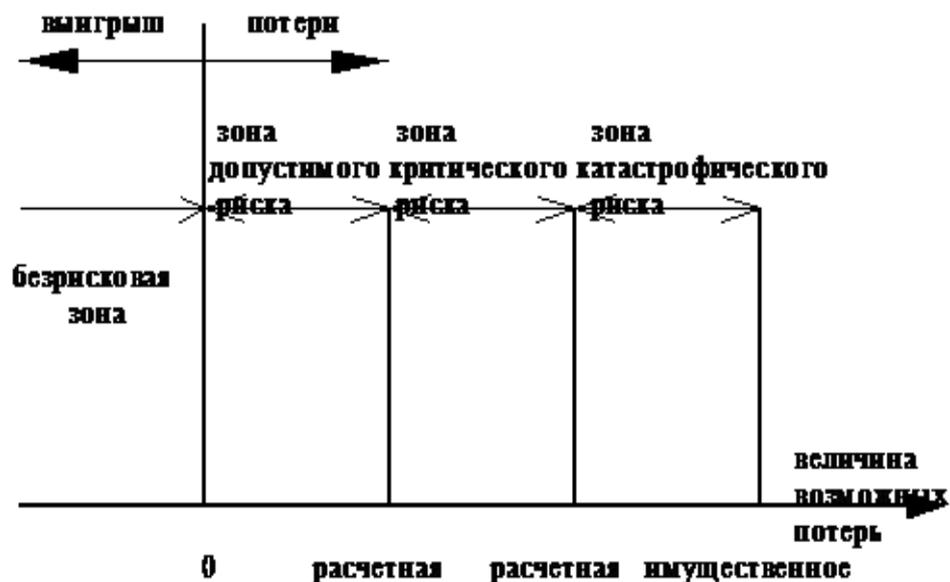


Рисунок 1 – зоны риска в зависимости от величины потерь [6]

– допустимый риск – выбор в случае неосуществления, которого, компании грозят убытки. В этой зоне потери имеют место, однако не превышают размер ожидаемых доходов.

– критический риск – опасная зона риск, в которой компания может понести не только уменьшение прибыли, как и дополнительный материальные расходы и равняться денежным средствам вложенных в проект.

– катастрофический риск – риск, в случае которого компания окажется банкротом, то есть потери будут равны имущественной стоимости компании. В эту же группу можно определить риск, который может повлечь трагическую гибель людей [6].

У каждого производства свои разновидности рисков, это напрямую зависит от их непосредственной деятельности. При управлении рисками компании нужно не только классифицировать, но и произвести прогноз потерь, которые может понести за собой данный риск.

У риска есть как абсолютное, так и относительное выражение. При абсолютном выражении определение риска выражается в денежном или физическом выражении, при условии того, что его можно измерить подобным образом.

При выражении относительного риска идет прогнозирование

возможных потерь, выбирается определенный показатель, к примеру: ожидаемая прибыль, имущественное состояние предпринимателя. Выбирается тот показатель, который даст более достоверный прогноз.

При относительном выражении потерь будет считаться уменьшение фактической прибыли к величине ожидаемой прибыли. Какова степень риска, можно спрогнозировать путем расчета величины потерь, исходя из этого, анализ потерь сопряжен с анализом рисков. Однако нужно учитывать, что случайные события могут нести как негативные, так и положительные последствия. При расчете нужно считать не только количество потерь, но и сколько потенциально прибыли может получить компания, пойдя на данный риск. У потерь есть несколько разновидностей, см. Рисунок 2 [8].

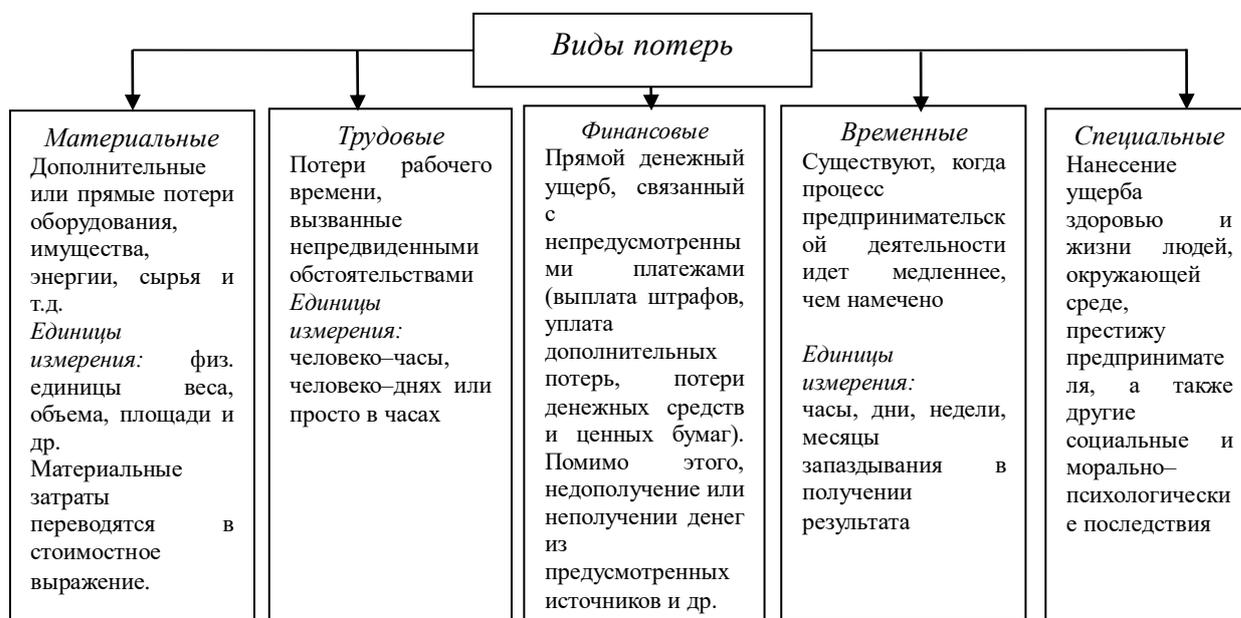


Рисунок 2 – Виды потерь от риска [8]

Риск является вероятностной категорией, а значит его можно оценить путем построения кривой вероятностей. Но на практике это очень сложно осуществить, и кривая имеет условный вид отображения. В процессе построения кривой вероятности прибыль рассматривают в виде случайной величины, см. Рисунок 3. Следующие предположения являются исходными:

1) Наибольшая вероятность получения прибыли, равняется расчетной величине – ПРр. Если вероятность (V_p) имеет максимальное значение, можно считать ПРр математическим ожиданием прибыли.

2) Уменьшение прибыли по отношению к расчетной величине $ПР_p$ называют потерей прибыли (ДПП). Однако в случае, когда реальная прибыль равняется $ПР$, то $ДПП = ПР_p - ПР$.

3) У исключительно больших потерь вероятность практически равна нулю, из-за того, что потери изначально имеют верхний предел (исключение – это потери, которые невозможно оценить количественно) [9].

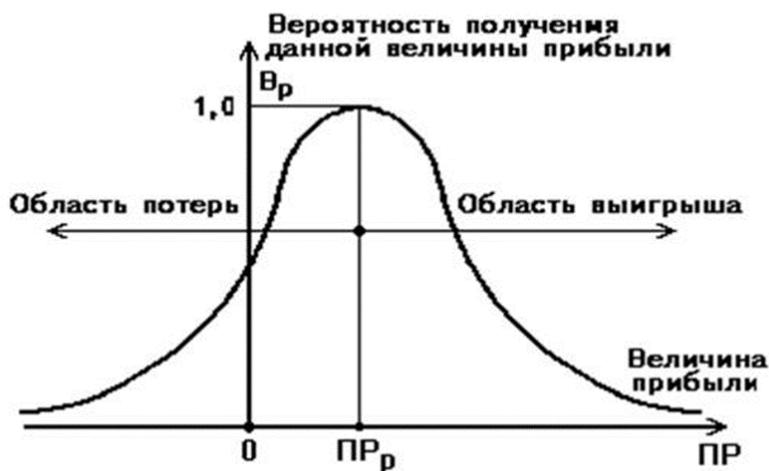


Рисунок 3 – Кривая распределения, вероятностей возникновения определенного уровня потерь прибыли [8]

Кривая имеет ряд точек характерных для нее:

- I ($ДПП=0$; $V=V_p$): вероятность, при которой потери прибыли нулевые. Она меньше единицы, но вероятность потерь прибыли максимальна;
- II ($ДПП=ПР_p$; $V=V_d$): размер потерь, которые возможны равен ожидаемой прибыли;
- III ($ДПП=ВР$; $V=V_{кр}$): размер потерь, которые равен расчетной выручке;
- IV ($ДПП=ИС$; $V=V_{кт}$): размер потерь равен имущественному состоянию компании.

В промежутке между первой и второй точкой расположен интервал, который называется зоной допустимого риска, в промежутке между второй и третьей находится зона критического риска и в промежутке от третьей до четвертой точки расположена зона катастрофического риска.

Определение уровня потерь дает возможность наиболее точно

определился, насколько приемлем риск и его последствия. Потому, что принимая решения нужно знать, не сам уровень потерь, а насколько он может превысить уровень допустимого риска.

Добавим дополнительные предельные значения вероятностей того, что риск возникнет: K_d , $K_{кр}$, $K_{кт}$. С помощью этих критерий предельного риска и трем показателям риска можно провести анализ предпринимательской деятельности.

1) $V_d < K_d$: допустимый риск должен не превышать предельные значения.

2) $V_{кр} < K_{кр}$: предельная величина должна быть больше показателя критического риска.

3) $V_{кт} < K_{кт}$: катастрофический риск должен быть ниже или равен предельному уровню [10].

Подведя итог, чтобы оценить риск нужно построить кривую вероятности потерь или найти точки с наиболее вероятным уровнем риска и вероятностью допустимой, критической, катастрофической потерей.

1.2 Основные методы воздействия на риск

В различных рискованных ситуациях и условиях разнообразного риска могут быть применены самые разные методики по отношению к риску. На данный момент методы воздействия на риск подразделяются на группы: снижение, сохранение и передача, Рисунок 4 [11].



Рисунок 4 – Методы воздействия на риск

При выборе определенного метода воздействия на риск требуется опираться на принципы:

- нельзя рисковать больше, чем это может позволить собственный капитал;
- не следует рисковать многим ради малого;
- необходимо предугадывать последствия риска [11].

Диверсификация риска – можно выделить как одну из самых распространенных методик которую используют на практике. Это можно спокойно объяснить тем, что существуют различные формы диверсификации:

- диверсификация рынка сбыта: это значит, что компании необходимо вести работу на нескольких товарных рынках, это позволит ей за счет успешных точек компенсировать неудачу на других.

- диверсификация деятельности: расширение предоставляемых услуг или ассортимента выпускаемого продукта, увеличение количества технологий, которые готовы к использованию или используются, поставка на различные производства разных регионов и т.п.

- диверсификация закупок сырья и материалов: представляет собой

сотрудничество сразу с несколькими поставщиками сырья. Это делается для того, чтобы при аварии или других невыполнениях обязательств со стороны одного поставщика в краткие сроки можно было заказать сырье у других компаний. Благодаря этому потери сводятся к минимуму, и значительно сокращается срок задержек на производстве [12].

Метод диверсификации применим почти о всем экономическим сферам деятельности, что нельзя сказать о методе хеджирования, который имеет более узкое направление. Хеджирование или метод ограждения от потерь применим в основном для биржевых компаний. Вся суть метода заключается в том, что, когда заключается контракт купли–продажи на бирже, участники этой сделки заранее договариваются о количестве по жестко установленной цене. В случае если цена к моменту расчетов повышается вступает ограничение на риск покупателя. В обратном случае – риск продавца [13].

Так же не стоит забывать о том, что, когда применяются методы снижения риска важным фактором, будет достаточное количество информации, так как информация сама по себе является очень ценным товаром. На практике поиск дополнительной информации можно рассматривать как эффективный метод снижения риска.

Кроме вышеуказанных методов снижения риска можно так же выделить метод лимитирования, другими словами, установление лимита на суммы продаж, кредитов, расходов и т.п. Лимитирование успешно применяется в банковской сфере для снижения риска при заключении договоров на овердрафт, выдаче ссуд и т.п. Так же этот метод используют хозяйствующие субъекты при выдаче займов, продаже товаров, определении сумм вложения в капитал и т.п.

Организация так же может избрать стратегию сохранения риска помимо стратегии снижения риска. В таком случае предприятие используя инструменты самострахования, может подстраховать себя или принять риск полностью. Самострахование означает создание отдельных фондов или

запасов, специально для подобных ситуаций. В рамках данного метода предприятия могут:

- создавать страховой фонд предприятия. Фонд составляет не менее 5% суммы от прибыли данного предприятия, полученной в отдельный период, и создается, беря во внимание устав фирмы, а также основные требования законодательства;

- формировать системы страховых запасов материальных и финансовых ресурсов по отдельным элементам оборотных активов предприятия [14].

В процессе нормирования устанавливается необходимый объем в страховых запасах по отдельным оборотным активам (денежные средства, сырье, готовая продукция, материалы).

- создавать резервный фонд целевого назначения. К примеру, фонд уценки товаров на предприятиях торговли и т.п.;

- эксплуатировать остаток прибыли, которая была получена в отчетном периоде.

Если риск сохраняется или снижается так же можно использовать одну из разновидностей инструментов хеджирования. Таким инструментом является структурное хеджирование – уменьшение или полное устранение процентных рисков при помощи приведения в соответствие процентных доходов с расходами по выплате процентов. Смысл этого метода заключается в том, чтобы проанализировать денежный рынок и определить оптимальный объем займов и кредитов [14].

Как правило компания использует свои внутренние резервы для снижения или сохранения риска. Но бывает и такое, что компании прибегают к помощи из вне для управления рисками и пользуются методом передачи риска. Один из распространенных способов передать риск – прибегнуть к страхованию. В таком случае компания передает ответственность за возмещение возможного убытков страховой компании. Так компания снижает свое участие в покрытии убытков за определенную плату. На практике же

этот метод применим в случаях:

– метод страхования оправдывает себя по отношению к большому количеству рисков и реализация их высока, однако размер потерь сводится к минимуму. Риски делятся на два вида однородные или неоднородные. Есть случаи, когда количество предполагаемых рисков не большое, и компания может посчитать, что лучше будет вложить деньги в компанию и не страховать эти риски. Но есть большая вероятность того, что при накоплении таких рисков размер ущерба увеличится в разы, поэтому лучше всегда застраховываться от подобных случаев.

– наибольшая степень потребности в страховании катастрофических рисков. Есть ситуации, при которых такой вид страхования будет обязательным на законодательном уровне.

– независимо от того однородный риск или неоднородный и не важно их общее количество, страхование будет более рациональным выбором, даже при условии низкой реализации риска, но большого размера ущерба [15].

Не все риски можно застраховать:

– если у риска очень большая вероятность свершения, компания может отказаться заключать договор или поставить очень большой размер взносов.

– премия, которую запрашивает страховщик, может иметь слишком высокую цену [15].

Нельзя так же считать страхование и другие методы универсальным инструментом в передаче рисков. Взамен страхования можно использовать метод трансферта риска с помощью контрактов и соглашений. Пример самых распространенных форм соглашений [16]:

1) Строительные контракты представляют собой передачу всех имеющихся рисков, происходящих во время строительства и на момент передачи объектов в собственность. Подобными рисками являются забастовки рабочих, различные сбои в поставках строительных материалов и т.п. В случае, когда объект повредился во время строительства или не был

сдан в установленные сроки, то ответственность несет одна из сторон договора. В гражданском кодексе РФ есть статья, которая гласит, что если строительный объект был поврежден до сдачи, то ответственность ляжет на плечи подрядчика. Однако если заказчиком были поставлены не качественные материалы или само оборудование, то ответственность будет нести заказчик.

2) Контракты на перевозку и хранение грузов дают возможность избавиться от рисков, которые могут произойти в моменты перевозки сырья на логистическую компанию. Однако не избавляет от рисков, связанных с тем, что рыночная цена упала за время транспортных задержек.

3) Аренда – один из часто используемых способов передачи риска. Ситуация, в которой имущество сдается в аренду часть рисков останется на плечах собственника. Этими рисками являются: риск повышения налога на имущество, снижение коммерческой стоимости имущества, риск физического повреждения. Воспользовавшись некоторыми оговорками, арендатор может получить от арендатора большую долю. В ГК РФ предусмотрена полная передача арендатору риска случайной гибели и риска случайно порчи в момент, когда передавалось имущество. Когда арендодатель заключает контракт на длительный срок он находится в очень выгодном положении, потому что не только обеспечивает себе стабильный доход, но и берет на себя риск так, как невозможно точно предугадать тенденцию развития цены имущества в длительно перспективе. Поэтому можно воспользоваться способом, который поможет снизить размер потенциального риска, таким инструментом является привязывание арендной платы к полному объему продаж, осуществляемых арендатором. Арендатор будет должен платить процент, установленный в договоре, который будет не ниже определенного количества денежных средств.

4) Контракт–поручительство дает возможность переложить часть рисков при невыполнении выплат часть долга будет записана на лицо, поручившееся по такому контракту. У такого договора есть три участвующих

стороны: поручитель принципал и кредитор. В этой ситуации поручитель является дополнительной гарантией того, что независимо от того будет ли у принципала возможность погасить долг, долг все равно будет погашен. Поручителем может являться как юридическое, так и физическое лицо. Однако часто используются услуги фирм, специализирующихся на поручительстве. Такой вид поручительства является самым надежным для кредитора. Такие контракты используются для получения кредита, который не удалось бы получить без третьей стороны.

5) Контакты продажи, обслуживания, снабжения предоставляют предприятию множество возможностей в распределении и передаче риска. Лицо, приобретая товар передает риск, связанный с различными поломками и браком на компанию, где была совершена покупка на промежуток времени, который равен сроку гарантии по гарантийному талону. Так же между покупателем и продавцом может быть договор, по которому в случае брака товар меняется на новый. В эту группу контрактов входят:

- договор на предоставление бесплатного сервисного обслуживания техники.
- гарантийный талон, по которому техническое обслуживание и ремонт оборудования при его аренде будет за счет фирмы, предоставляющей услугу;
- гарантия поддержания определенных технических характеристик используемого оборудования;
- соглашение, по которому снабжение товаров будет предоставляться по условиям поддержки остатка на складе продавца;
- биржевые сделки сводят риск снабжения к минимуму. Передача риска происходит за счет:
 - составления и подписания фьючерсных контрактов на закупку товаров, растущих в цене;
 - покупки опционов на закупку товаров, цена которых будет выше, чем на данный момент [16].

Таблица 1 – Способы влияния на риск [15]

Меры воздействия на риск	Когда применяется	Формат реализации
Негативные риски		
Уклонение	Может оказать большое негативное влияние. Большая вероятность риска и последствия затронут все сферы. Менеджер проекта не сможет контролировать процесс реализации риска.	Не плохая альтернатива для реализации проекта. При хорошем планировании и присутствии договоренностей заранее можно свести риск к минимуму.
Передача/сохранение	Присутствует, возможность анализа и прогнозирования риска имеются компании с которыми можно разделить данные риски.	Имеется страховой договор В контракт включены все детали
Снижение	Есть возможность выделить ресурсы для пробных испытаний данного решения. Можно ужесточить спецификации и формат требования.	Проводится множество испытаний, прежде чем примется решение к эксплуатации в производстве. Более жесткий отбор поставщиков.
Позитивные риски		
Использование	Задействовав дополнительные ресурсы можно сделать исполнение позитивного риска более вероятным.	Можно привлечь дополнительные трудовые единицы для снижения срока выполнения . Можно найти различные пути позволяющие повысить уровень качества продукции, и уменьшить издержки в общей сложности.
Совместное использование	Можно улучшить качество продукта путем привлечения дополнительных партнеров.	Возможность создать более крупный охват путем объединения партнерских предприятий
Усиление	Имеются причины, которые приведут к появлению позитивных рисков.	Возможность путем анализа улучшить проект.
Общие стратегии		
Принятие	Минимальная вероятность риска. Незначительные последствия у риска и дешевле просто принять его, чем тратить ресурсы на принятие мер по избеганию. Отсутствуют пути по избеганию риска, а последствия будут очень большими	Возможность создать резервы для своих ресурсов.

В данный момент одним из самых популярных воздействий на риск является страхование. Большинство фирм, которые не способны привлекать сторонние компании или разрабатывать политику управления рисками самостоятельно более склонны к страхованию. На данный момент Российский рынок растет с большой динамикой [17].

Одним из самых популярных сотрудничеств между банками и страховыми компаниями можно выделить автострахование. Автострахование – это интересный объект для изучения, который будет рассмотрен во второй главе. Так же можно добавить то, что Автострахование имеет специфичные черты такие как:

1) Неравномерность риска во времени по портфелю (пулу) активов. Временные промежутки, когда стабильно отношение низкой внутрипортфельной корреляции, меняются на временные промежутки с высокой степенью корреляции. Это может быть вызвано спадом экономики и повлечет снижение качества активов. Значительные изменения такого вида не дают использовать стандартные методы диверсификации риска. Что заставляет компании прибегать к поиску новых стратегий распределения риска.

2) Сложность вопросов статистического вывода. Чтобы произвести наиболее качественную оценку нужных параметров для распределения рисков в области автострахования нужен более длинный срок, чем в стандартных ситуациях.

3) Распределение страховых обязательств во времени. Качественная оценка того, сколько будет стоить будущий денежный поток, должна знать ответ на вопрос как качественно распределить страховые ресурсы на длинном промежутке времени. Зная, что риски по индивидуальному автострахованию распределены неравномерно, нужно делить резервы на ожидаемые и неожиданные. Банки аналогично делят риски, связанные с убытками ожидаемые это резерв, а неожиданные капитал. Такое деление

делают, опираясь на сколько высвобожден капитал у требуемого накопления. Капитал играет роль резерва, который предназначен покрывать неожиданные убытки автостраховщика и отражает степень платежеспособности фирмы [18].

1.3 Механизм функционирования страхования в интегрированной среде управления рисками

Само значение такого понятия как страхование было заложено с давних времен и означало действовать на свой страх и риск. Исходя из этого можно сделать вывод что люди с давних пор задумывались о рисках и опасностях присутствующих в их жизни и о способах их минимизации [2].

Такое понятие как внутренняя среда можно описать подобным образом – внутренняя и внешняя атмосфера компании компонентами которой являются: управление рисками внутренне оптимальное использование трудовых и финансовых ресурсов компании. Философия организации по принятию решения, каким образом управлять рисками, риск–аппетит, пристальный контроль со стороны совета директоров, добросовестность выполнения работы, открытость бизнеса, способы развития кадровых ресурсов это все является основными составляющими факторами внутренней среды. Характер и структура определяется, основываясь на внутренней среде, ведь она является основанием всех остальных компонентов. Немаловажное значение придается внутренней среде, когда проводится выявление и оценка рисков, организация хозяйственной деятельности постановка целей. Большое влияние на внутреннюю среду оказывают история и культура компании.

С течением времени экономика и ее инструменты не стояли на месте и приобретали новые возможности и способы применения.

Область страхования тоже не стояла на месте, теперь это не просто инструмент, позволяющий в случае катастрофической ситуации получить компенсацию. Функции страхования приобрели более широкий спектр рода деятельности своей компании такие как: предпринимательская, контрольная,

рисковая, социальная, инвестиционная [2].



Рисунок 5 – Функции страхования

Социальной ролью страховых компаний является то, что если человек работает на профессии с повышенным уровнем риска, то его работодатель оформляет страховку на основании договора, который обязан, присутствовать на подобных местах работы что подтверждается на законодательном уровне.

Предпринимательская роль не однозначна, с одной стороны предприниматель, взвесив все риски, может открыть свою страховую компанию. Все фирмы так или иначе нуждаются в страховании, и выбор компании с которой заключить договор зависит от множества факторов: размер взносов, авторитет фирмы и ее деловая репутация, капитал которым обладает компания который является гарантией выплат крупным компаниям в случае страхового случая [19].

Контрольная функция страхования очень востребована на рынке. Работникам компании предстоит постоянный контроль компаний и проверки на полное соблюдение договора, чтобы при возникновении страхового случая, не было претензий, к клиенту и ему была положена выплата [20]. В связи с этим сотрудники, работающие в страховых компаниях, часто нанимаются по средствам аутсорса в других компаниях для проведения контроля и надлежащего анализа соответствий.

Рисковая роль так как компании занимаются в области страхования всевозможных рисков, то множество как физических, так и юридических лиц обращаются за опытным анализом. В данный момент из-за расширения поля деятельности страховых случаев, компании подразделяются на профили. Такие как: ипотечное страхование, автострахование, медицинское страхование, страхование в предпринимательской деятельности.

Инвестиционная роль состоит в том, что область страхования может связана с разного рода инвестициями. Один из наиболее встречающихся типов это купить акции страховой компании на рынке ценных бумаг, страховые компании имеют довольно мало эластичный вид спроса что дает стабильность их акциям, а стабильность в свою очередь является одним из главных факторов которым руководствуются инвесторы при выборе куда вложить свои финансы. Страховые компании часто используют инструмент диверсификации прибыли тем, что на вырученную квартальную прибыль покупают акции других компаний, что приносит дополнительный доход. Есть в области страхования такой вид инвестиций, когда вы поручаетесь за заемщика средств тем самым увеличивая сумму средств, на которую он может рассчитывать, получая взамен хороший процент, но разделяя риски и последствия с заемщиком.

Процесс работы в страховых компаниях происходит следующим образом. Клиент приходит и перечисляет риски, которые он хотел бы застраховать, после чего менеджер по продажам подбирает ему наиболее подходящий в данной ситуации пакет предоставляемых услуг. После выбора пакета предоставляемых услуг работник страховой компании, специализирующийся на анализе предприятия и вероятность рисков, выезжает непосредственно на само предприятие [21]. Проведя анализ вероятности исполнения данных рисков, определяется, то, в какую сумму обойдется страховой пакет покупателю и размер выплат по каждому страховому случаю. Бывают случаи, когда компания отказывает в предоставлении страховых услуг по причине высокой вероятности

исполнения данных рисков, что повлечет за собой материальные потери со стороны страховой компании. Чем выше вероятность того, что риск произойдет, тем больше будет цена услуг страховой компании.

В ситуациях, когда клиент исправно оплачивал страховку и у него произошел страховой случай, изначально ситуации подразделяются на подозрительные и не подозрительные. Ситуация будет являться подозрительной если тот случай, который был мало вероятен, и клиент подписал договор на большую сумму взносов, которые в случае страховой ситуации дадут ему большую компенсацию. В подозрительных ситуациях страховая компания может провести расследование, как и при каких условиях, произошел страховой случай, потому что присутствуют компании, которые занимаются мошенничеством и обманом страховщиков с целью получения больших сумм выплат [22].

В сфере автострахования в случае дорожно–транспортного происшествия, в ситуации, когда виноват клиент страховой компании компенсация в размере равной стоимости ремонта авто выплачивается только пострадавшей стороне.

В сфере медицинского страхования страховка может покрыть затраты на лекарства, различного рода операции, самой большой выплатой в случае застрахованности жизни будет выплата родственникам застрахованного в случае летального исхода.

2 Основные направления повышения эффективности автострахования в национальной экономике

2.1 Определение автострахования, классификация страховых продуктов

Автострахование – это вид страхования, позволяющий застраховать свое транспортное средство от всевозможных рисков, связанных с его повреждением и несчастными случаями на дороге.

В России можно выделить три самых распространенных видов страхования транспортного средства: страхование от несчастных случаев, страхование дополнительного оборудования, страхование автокаско.

В сложившейся, на данный момент ситуацией в мире, отрасль автострахования, стремительно развивается в отличие от прошлых лет. Это связано со следующими причинами:

- условие страхования гражданской ответственности является обязательным;
- стоимость автомобилей, произведенных в других странах, значительно выросла;
- значительный рост количества автоаварий;
- практически все банки не выдают кредит на приобретение транспортного средства без оформления КАСКО.

Множество видов деятельности, которые необходимы для полноценного функционирования общества, несут одновременно как угрозу нанесения вреда третьим лицам, так и риск для самого человека. В мировой практике, которая принята всеми странами мира виновная сторона в независимости от того нес ли причиненный ущерб случайный или незначительный характер должна покрыть весь нанесенный ущерб как моральный, так и материальный. И эту проблему основательно решает договор страхования, который дает возможность избежать, финансовые

потери в случае несчастного случая и нанесения вреда третьим лицам. Одновременно с этим он дает гарантию для третьих лиц того, что в случае, если виновная сторона, будет не в состоянии покрыть нанесенный ущерб, она полностью покроет это. Исходя из этого, практически во всех странах страхование транспортного средства является обязательным, ведь автомобиль является средством повышенной опасности, а пренебрежение может привести к необратимым последствиям и большим финансовым потерям.

Закон № 40–ФЗ от 25 апреля 2002 года гласит, автомобиль на который не оформлен страховой полис обязательного автострахования, не подлежит к использованию, а также без полиса невозможно пройти техосмотр и зарегистрировать, как и снять с регистрации [2].

Цена за такой вид страхования складывается из множества факторов, какой тип транспортного средства, возраст владельца машины и его водительский стаж, регион и история по страховым выплатам в прошлом договоре.

Страховой документ «договор ОСАГО» при заключении, подписывается и услуги оказываются в течение года, однако если не предоставить письменное заявление об отказе продлевать за два месяца до его окончания он продлится еще на один год автоматически [2].

Если просрочить выплату страхового взноса по продленному договору ОСАГО больше, чем на один месяц, договор становится не действительным.

В договоре страхования прописано, что страховая компания, предоставляющая услуги страхования, обязана возместить ущерб, нанесенный их клиентом в пределах лимита, оговоренного в контракте и при условии, что вина клиента доказана.

Объект страхования в данной ситуации это, интерес владельца автомобиля, связанный с обязанностью на законодательном уровне застраховать свое транспортное средство и в случае нанесения вреда третьим лицам возместить ущерб.

Договор может иметь множество условий и исключений. В нем могут

быть оговорены лица, которые будут иметь право на вождение автомобиля, территория, в которой страховщик будет нести ответственность и множество других ограничений.

Самый важный пункт, который страховая компания прописывает подробней всего это то, в каких случаях она не несет ответственности.

В России чаще всего не несут ответственности, если третьим лицам вред был нанесен вследствие:

- вред, нанесенный, третьим лицам был, умышленным;
- вождение под действием алкогольных, наркотических веществ;
- вождение без водительских прав;
- вождение в целях испытать автомобиль на прочность или максимальную скорость.

ОСАГО берет на себя риски и ответственность водителя автомобиля, в основном возникшей по вине того, кто вел транспорт. Покрывая финансовое обязательство, водителя перед потерпевшей стороной и не предъявляя, никаких претензий клиенту, который исправно делал страховые взносы. Однако есть исключения, в которых клиент должен будет возместить сумму, которая была выплачена компанией потерпевшей стороне. Это случается, когда:

- 1) Когда транспортное средство использовалось для причинения вреда третьему лицу, исключение, если это было сделано в целях самообороны.
- 2) Лицо, которое управляло автомобилем, не имело никаких прав управлять данным транспортным средством.
- 3) Был нанесен вред третьим лицам, будучи в алкогольном или наркотическом опьянении.
- 4) Была попытка скрыться с места дорожно–транспортного происшествия.

Можно сделать вывод, что ОСАГО это вид обязательного страхования автогражданской ответственности. Область, в которой ОСАГО будет исполнять свои обязательства по договору находится только на территории

России.

ОСАГО может возместить потерпевшему максимально сумму, не превышающую четырехсот тысяч рублей. Двести сорок тысяч придется на возмещение здоровья человека и сто шестьдесят тысяч на восстановление и ремонт транспортного средства пострадавшего. В случае, когда нанесенный ущерб превысит данные лимиты, остаток выплаты потерпевшему предстоит выплатить виновнику.

ДСАГО это вид добровольного страхования гражданской ответственности он представляет собой дополнение к ОСАГО в случае, когда лимит компенсации будет превышен.

Стоимость этого дополнительного соглашения обсуждается двумя сторонами. На нее влияет срок, сумма выплат, стаж вождения, возраст и водительский стаж клиента. Цена в среднем варьируется от 0,5 до трех процентов от страховой суммы выплаты. Срок действия ДСАГО должен совпадать с ОСАГО, потому что, в случае, когда ОСАГО истек, ДСАГО не имеет возможности функционирования.

КАСКО – это вид страхования, подразумевающий страхование самого автомобиля. Этот вид страхования, в котором страховая компания берет на себя финансовые обязательства по транспортировке автомобиля с места дорожно–транспортного происшествия, затраты на ремонт, и полностью покрывает стоимость автомобиля в случае угона. Однако возможности застраховаться от угона отдельно не приобретая пакет услуг невозможно. Это связано с тем, что такой вид страхования повышает риск мошенничества связанным с угоном с целью получения компенсации, что принесло бы фирме большие потери. Но присутствует функция страхования от ущерба, не включая в стоимость страховки за угон, обычно это делают, когда уверены в сохранности машины.

КАСКО дает возможность получить компенсацию, чтобы обеспечить условия застрахованным, минимизируя их риски, которые появятся в случае в случае повреждения автомобиля. При приобретении полного пакета дает

возможность получения компенсации в любого вида рисках связанных с автомобилем. Застрахован, может быть абсолютно любой вид автотранспорта.

Мы можем дополнительно детализировать, какие риски, и каким образом, КАСКО в себя включает.

Угон авто. Он подразделяется на две разновидности это хищение и угон. Хищение и угон могут происходить по разным сценариям, в первом об угоне вы не узнаете в момент взлома и угона во втором вас могут насильственно заставить покинуть транспортное средство непосредственно в момент нахождения вас в нем. Различие только в том, что об угоне можно сообщить сразу, а вот о хищении только по прошествии двух месяцев. С точки зрения клиенту выгодней подать на угон, так как компенсация будет гораздо раньше.

Некоторые компании предлагают своим клиентам застраховать свою иномарку только от угона, но при условии установления дополнительного оборудования для отслеживания транспортного средства.

В понятие ущерб автомобиля включено как уничтожение, так и частичное повреждение, автомобиля

Только предоставив справку из отделения пожарной охраны вы сможете получить компенсацию в ситуации возгорания автомобиля. Исходя из этого нужно вызывать пожарных в любых обстоятельствах возгорания вне зависимости от того справились ли вы сами или вам нужна их помощь.

При получении автомобилем ущерба в результате падения предметов инородного вида на автотранспорт. К таким предметам относятся снег, ветки предметы, выброшенные из окон. При получении такого ущерба нужно в кратчайшие сроки обратиться в милицию по факту получения ущерба, для того чтобы иск был предъявлен виновникам.

Действия третьих лиц нарушающие закон. К этому можно отнести получение автомобилем ущерба, причиненным третьими лицами, такого как кража составляющих или их уничтожение. Обычно в таких ситуациях третьи лица не бывают найденными, однако вы получите компенсацию в

соответствующем размере.

Можно застраховать и дополнительное оборудование, которое не входило в заводской комплект. Таких как: кожаный салон, чехлы, дополнительная аудиотехника, диски. Такой вид страховки можно приобрести при условии наличия АвтоКаско.

Сумма выплаты по такому виду риска равна стоимости каждого элемента отдельно, при предъявлении соответствующих бумаг. Большинство компаний не предоставляют возможности страхования дополнительного оборудования. Получить компенсацию в полном размере стоимости детали возможно только в случае хищения или полной гибели комплектующего. При наступлении такого случая нужно незамедлительно обратиться в милицию, для того чтобы зафиксировать это происшествие. Цена на такой полис варьируется от пятнадцати до десяти процентов от всей стоимости комплектующих.

Страховыми случаями нельзя назвать ситуации, когда водителем были пренебрежены правила безопасности, указанные в пожарной перечни правил. Компенсацию также невозможно получить при утере ключей и регистрационных знаков отличия.

В списке по популярности на третьей строке находится страхование при ДТП. Сюда входит страхование от риска при получении вреда в ДТП получение компенсации по причиненному ущербу и последующей нетрудоспособности на период лечения.

Этот вид страхования дает возможность компенсировать ущерб, который будет нанесен при дорожно–транспортном происшествии водителю и его пассажирам. Часто компании предлагают данный вид страхования вместе с КАСКО. В этом виде страхования страховым случаем является получение травм, увечий.

Существует два вида систем которые служат инструментом страхования данных рисков: система мест и паушальная .

1) Система мест. По этой системе размер страховой компенсации и взносов определяется на каждое место отдельно. Это позволяет, к примеру, застраховать только водительское и переднее пассажирское место.

2) Паушальная система. Размер выплат распространяется на весь салон и является максимальным. Если случается страховой случай размер компенсации, делится поровну на всех пострадавших, которые находились в салоне на момент дорожно–транспортного происшествия.

К примеру, в случае, когда машина застрахована по системе мест и страховка была оформлена только на водителя, но пострадали еще и пассажиры сзади, компенсацию получит только водитель.

Цена такого вида полиса определяется и зависит от выбранной системы, срока и суммы. Страховка включает в себя как расходы на лечение, так и размер выплат на время равное нетрудоспособности.

Зеленая карта – вид международной разновидности ОСАГО. Так же, как и ОСАГО несет собой обязательный характер, но не в России, а за рубежом.

Ее можно оформить как на длительный срок, так и краткосрочную.

Зеленая карта носит обязательный характер автогражданской ответственности владельца транспортного средства, который был принят во многих странах мира. Если у вас отсутствует данный полис вам недоступно передвижение по странам Европы на собственном автомобиле. Страховые случаи по этому полису представляют собой возмещение третьим лицам и компенсация прямо пропорциональной ущербу принесенному здоровью или имуществу.

Цена, в которую, обойдется такой, полис зависит срока поездки и вида транспортного средства. Примерная стоимость Зеленой карты для поездки на легковом автомобиле сроком на две недели обойдется приблизительно в двадцать евро.

В ситуации, когда наступает страховой случай клиенту нужно немедленно зарегистрировать происшествие у дорожной полиции и

оформить соответствующие документы. В случае, когда вы не знаете язык страны, которой пребываете нужно оставить соответствующую пометку, вторую часть бланка нужно отдать потерпевшей стороне для заполнения своих данных.

В соглашении единого использования полиса Зеленая карта принимают участие: Эстония, Албания, Андорра, Бельгия, Болгария, Босния–Герцеговина, Великобритания, Венгрия, Германия, Греция, Дания, Израиль, Иран, Ирландия, Исландия, Испания, Италия, Кипр, Латвия, Люксембург, Македония, Мальта, Марокко, Словакия, Нидерланды, Норвегия, Польша, Португалия, Румыния, Молдавия, Словения, Тунис, Турция, Украина, Финляндия, Франция, Хорватия, Чешская Республика, Швейцария, Швеция, Австрия.

Тенденция развития и роста интенсивности дорожного движения и количества автомобилей, требует организации страхования гражданской ответственности владельцев автомобилей. Компании, работающие в России, предлагают следующие виды страхования (таблица 2).

Таблица 2 – Виды страхования

Виды страховок	Страховые случаи
ОСАГО	Вред здоровью и имуществу третьих лиц
ДСАГО	Вред здоровью и имуществу третьих лиц, превышающий максимальный размер выплат по ОСАГО
КАСКО	Ущерб в результате ДТП, действий злоумышленников, стихийного бедствия, падения предметов. Утрата машины в результате грабежа, разбоя, кражи
От угона	Утрата машины в результате грабежа, разбоя, кражи
От ущерба	Ущерб в результате ДТП, действий злоумышленников, стихийного бедствия, падения предметов
От несчастного случая	Ранение, травма, приведшие к ухудшению здоровья пострадавших, потери трудоспособности или смерти
Зеленая карта	Вред здоровью и имуществу третьих лиц за границей (все страны Шенгена)

Обязательное и добровольное страхование гражданской ответственности являются сферой страховой деятельности, которая функционирует самостоятельно. Объект страхования в этой сфере – это законодательная ответственность, которую несет водитель транспортного средства из-за возможности нанесения ущерба. В таких правоотношениях страховщик берет на себя ответственность по обязательствам, которые возникли в процессе нанесения вреда со стороны страхователя.

Страхование автокаско. Вид страхования, где страхуется само транспортное средство. Компания берет обязательство и обязуется возместить все убытки в пределах страховой суммы, связанные с автомобилем.

Страхование дополнительного оборудования дает возможность получить компенсацию при повреждении или краже комплектующих не входивших в заводскую комплектацию автомобиля.

Страхование от несчастных случаев. Вид страхования, где застраховывается риск получения различных травм, которые могут повлечь нетрудоспособность человека.

Зеленая карта. Это полис, который носит обязательный характер, который принят во множестве стран по всему миру.

Страховщики в сегодняшней тенденции развития очень клиентоориентированы. У них есть множество аргументов в пользу страхования: страхование – это услуга, которая не покупается, а предоставляется как гарантия экономической безопасности. Страхуется не столько автомобиль, а сколько ваше спокойствие и уверенность в управлении автомобилем.

2.2 Современные оценки рынка автострахования в России

Рассмотрев тенденцию развития рынка автострахования, можно заметить, что рынок не только приобрел стабильность уже в течении

нескольких лет, но и приносит немалый доход. Влияние на такую тенденцию развития оказали факторы того, что стабилизировалась ситуация на рынке ОСАГО, одновременно с этим была удержана стабильность на рынке КАСКО.

Страховые компании не забывают и в постоянном совершенствовании, анализируют потребительский спрос и потребности создавая новые продукты. Самым большим сектором, приносящим, самый большой процент взносов из года в год является, страхование жизни. Не смотря, на это во втором полугодии был, спад сборов, это стало результатом того, что усилился контроль продаж полисов инвестиционного страхования жизни, которые диктует регулятор.

Год, в который удалось, сменить тенденцию убытков на стабильность и прибыль стал 2018. Это был первый год, которому удалось сменить вектор после четырех лет непрерывных маленьких показателей в страховой отрасли. В 2018 году была образована положительная тенденция продаж полиса ОСАГО. Рост КАСКО специалисты связывают с повышением его доступности и ростом автомобильных продаж. ОСАГО приобрел тенденцию роста, за счет того, что произошла либерализация тарифов и проведена борьба с мошенничеством в этой области.

Новые технологии все больше становятся значимыми в секторе автострахования. Лидеры рынка России уже начали продажи КАСКО через интернет. На данный момент, компании сосредоточились на качественной CRM системе и повышении клиентского онлайн сервиса.



Рисунок 6 – Меры 2018 года, которые привели к преодолению спада продаж ОСАГО

Натуральное возмещение послужило спаду, активности автоюристов, приоритет был направлен на натуральное возмещение, все эти факторы в совокупности повлияли на рост продаж ОСАГО.

В страховом сообществе одна из самых обсуждаемых тем является вопрос ситуация с либерализацией ОСАГО и его тарифов. Половина людей считает, что в недалеком будущем, примерно в течение пяти лет, стоимость этих тарифов будут определять компании на основе личных предпочтений. Что сильно отличается от результатов опроса прошлого года, в котором такой точки зрения придерживались только 15 процентов проголосовавших. В 2019 году ситуация кардинально изменилась около 70 процентов людей считают, что нет причин, которые, способны противостоять полной либерализации. Эти результаты могут быть связаны с тем, что Центральный банк России уже сделал первый шаг к этому, расширив тарифный коридор.

Страховые компании, учтя ошибки прошлых лет, сделав выводы, скорректировали стратегию развития страхового сектора, что тоже внесло вклад на рост прибыли и выход из убыточной зоны.



Рисунок 7 – Приоритетные меры направленные на снижение убыточности КАСКО

Можно выделить основные меры, которые вывели рынок из состояния убыточности это:

- персонификация тарифов;
- положительная динамика спроса на автомобили;
- повышение средней стоимости автомобилей;
- развитие перекрестных продаж;
- повышение доступности вследствие снижения стоимости полисов;
- наращивание дистанционных продаж через Интернет.

Персонификацией тарифов называется инструмент продаж, который позволяет каждому покупателю приобрести только тот пакет услуг, который нужен именно в его случае. В современном мире, когда цифровой маркетинг

везде навязывает продукты, которые нам не особо нужны, люди устали от вечного навязывания. Тем временем страховые компании, для увеличения продаж идут на уступки покупателю и предлагают ему практически самостоятельно выбирать, что будет входить в его страховой пакет. Однако есть услуги, которые невозможно приобрести отдельно, это угон, так как именно с этой услугой больше всего случаев мошенничества.

Снизилась цена на стоимость полисов путем распространения франшиз. Страховой сектор России ориентируется на коллег с более развитой системой, чтобы предотвратить ошибки и проблемы, с которыми они столкнулись. Анализ ошибок не только то, что российские компании перенимают от западных коллег, на западе цена на полис ниже, чем была за счет распространения франшиз. Аналогичный результат дала и практика распространения франшиз в России.

В 2018 году экономика страны приняла более стабильный характер, что поспособствовало росту продаж автомобилей. Как известно, чем больше автомобилей, тем больше продаж страховых полисов, что тоже оказало положительное влияние на выход из зоны убытков.

Около 50% процентов опрошенных людей считают, что убытки КАСКО расположены в интервале приемлемого уровня, и не считают нужным принимать дополнительные действия для уменьшения этого уровня.



Рисунок 8 – Приоритетные меры, направленные на увеличение объема портфеля КАСКО в 2018 и 2019 годах

Одним из главных способов снизить убыточность является приход к наилучшим условиям контракта с контрагентами.

Примерное количество страховых взносов в 2019 году составило 1,48 триллионов рублей примерно такое же, как и в прошлом году. А количество заключенных договоров увеличилось относительно 2018 года на 2,6% и составило 208 миллионов.

Изменение структуры рынка привело к стагнации прибыли в условиях увеличения количества договоров. Относительно растущего спроса на страховки с низкими страховыми премиями, было замечено снижение спроса на договора с высокими выплатами по страховым случаям, таких как, долгосрочное страхование автомобиля и производственного транспорта юридических лиц.

Взносы по страхованию жизни в случае дорожно–транспортного

происшествия, которые являлись одним из главных источников прибыли, сократились, в 2019 году практически на 20% и составило около 320 миллиардов рублей. Снижение мисселинга и ужесточение стандартов продаж повлияли на общее количество заключенных договоров. Сыграло свою роль и то, что уровень доходов в отрасли инвестиционного страхования, у которых истек срок действия.

Самым важным событием на рынке ОСАГО стал в 2019 году наступление индивидуализации тарифов. Рост конкуренции привел к уменьшению средней стоимости услуги и снизил его до 5,5 тысяч рублей. Суммарное количество взносов уменьшилось на 5,4% и составило 214 миллиардов рублей. Опираясь на оценку, проведенную банком России, выросло суммарное количество регионов, которые приносят убытки по ОСАГО. Но данная ситуация должна принять положительный оборот, когда повысится уровень персонализации страховых пакетов даст возможность страховым компаниям гораздо лучше управлять рисками и предоставлять экономически обоснованные ценники за услуги в каждом отдельном случае.

Размер страховых резервов в 2019 году превысил сумму в 2,5 триллиона рублей. Чистая прибыль страховщиков составила 207,4 миллиарда рублей, это примерно на 25% больше относительно аналогичного периода в прошлом году.

Большое влияние на результат работы страховых компаний окажет то, насколько эффективно будет развиваться и внедряться индивидуализация тарифов в сфере обязательного автострахования.

1 квартал 2019 года дал старт новым тенденциям на страховом рынке. Страховщики потеряли основной драйвер роста – страхование жизни. Премии по этому виду сократились на 7,6% в результате борьбы с мисселингом через внедрение стандартов раскрытия информации, а также выбора клиентами более доходных продуктов. В то же время благодаря положительной динамике других видов, реализуемых через банковский канал (страхование от несчастных случаев, страхование имущества граждан,

страхование финансовых рисков) в целом по рынку удалось сохранить объем премий на уровне 1 квартала прошлого года (379 млрд рублей). Отрицательную динамику объема премий показали все виды страхования имущества, кроме страхования средств воздушного транспорта и имущества граждан. Стагнация в экономике, снижение объема продаж новых автомобилей оказывают давление на этот сегмент. Также сократился объем премий по добровольному страхованию ответственности (в основном за счет страхования ответственности застройщиков), обязательному личному страхованию, обязательному страхованию ответственности владельцев опасных объектов. С начала года стартовала реформа ценообразования в сегменте ОСАГО. Обострение конкурентной борьбы между страховщиками ОСАГО привело к массовому снижению тарифов после начала реформы. По итогам 1 квартала средняя стоимость полиса сократилась на 228 рублей (5 576 рублей против 5 804 рубля в 1 квартале прошлого года). Однако рост количества заявленных убытков, увеличение объема выплат скорее всего приведут к необходимости корректировки тарифов. Дестабилизирует сегмент ухудшение финансового положения региональных компаний, а также отзыв лицензий страховщиков ОСАГО. Продолжается сокращение количества страховых компаний. На рынке остались 33 страховщика жизни, 35 медицинских страховщиков и 122 универсальные компании. С рынка ушли 2 страховщика ОСАГО – АО СК «Сибирский Спас» и ООО СК «Ангара». На лидерские позиции в рэнкинге страховщиков вернулось АО «СОГАЗ» с долей рынка 21,2%. ООО СК «Сбербанк страхование жизни» получило 37,6 млрд рублей и заняло 9,9% рынка. Страховщики жизни по-прежнему занимают 8 мест в составе ТОП–20 компаний. Концентрация продолжает усиливаться наиболее активно в первой сотне страховщиков. ТОП–10 компаний занимают 71,8% рынка (в 1 квартале прошлого года – 65,7%). На компании за пределами ТОП–100 приходится лишь 0,6% премий (2,6 млрд рублей). Объем выплат в целом по рынку вырос на 30 млрд рублей. Из них 13,4 млрд рублей приходится на страхование жизни в связи с окончанием срока действия

договоров, 4 млрд рублей – на добровольное медицинское страхование.

2.3 Сравнительный анализ портфелей по автострахованию по специализирующимся на этом виде компаниям

В России КАСКО и ОСАГО являются самыми основными видами автострахования. Несмотря на то, что цены на данный вид услуг примерно одинаковые, но все же есть небольшая разница. Есть множество сайтов, что предлагают рассчитать, где дешевле обойдется приобрести тот или иной портфель услуг и демонстративно показывает ценник в других компаниях. Обычно выбор делается среди десяти крупнейших страховых компаний, так как они достаточно долго на рынке, успели заработать себе имя и зарекомендовать себя как надежные страховщики. В эту десятку крупнейших страховых компаний в России входят: «Альфа страхование», «Росгосстрах», «Ингосстрах», «Ренессанс», «Согласие страхование», «ВСК страховой дом», «Тинькофф страхование», «Абсолют страхование», «Верна страхование», «Астро Волга», «Гайде страхование» [23].

Таблица 3 – Оценка общего уровня внутриотраслевой конкуренции

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019
Количество компаний	10	15	13	11	12
Темп роста рынка	20%	24%	21%	26%	23%
Количество товарных групп	2	3	3	4	5
Количество товаров	9	11	14	16	18

Современная тенденция развития страхового рынка диктует высокий уровень конкуренции за счет того, что различного рода страховые отрасли образуются в результате расширения отраслевых возможностей компании в других областях. Ежегодно показатель темпа роста рынка увеличивается, но в последнем году он стал ниже, чем предыдущий, но выше, чем, позапрошлый. Количество товаров увеличивается в связи с тем, что современный мир стремительно развивается и появляется множество рисков, от которых в свою очередь готовы защитить страховые компании за определенную плату.

Таблица 4 – соотношение долей рынка компаний [24]

Компании	Доля рынка	Темп роста
Коместра–Томь	15%	11%
Росгосстрах	30%	35%
Ингострах	25%	–12%
Тинькофф страхование	12%	22%
Согласие страхование	8%	5%
Верна страхование	10%	12%

Одним из лидеров на страховом рынке, является «Росгосстрах», они занимают первую строчку на рынке по доле компании в общем обороте. «Тинькофф страхование» относительно новая компания, предоставляющая страховые услуги, но за счет того, что банк «Тинькофф» обладает большим количеством ресурсов, что позволяет предоставлять широкий ассортимент страховых услуг. Компании, которые имеют большую долю рынка и большие темпы роста могут сами выбирать как будет развиваться рынок страхования, цену на услуги. Однако можно подсмотреть у компании, которая является лидером, техники продаж, и то, как собираются портфели страхования.

Проведем сравнительный анализ цен.

Таблица 5 – Сравнительный анализ цен

Компании	Низкая цена	Средняя цена	Высокая цена	Премиум
Коместра–Томь	+	+		
Росгосстрах	+	+	+	+
Ингострах		+	+	
Тинькофф страхование	+	+		
Согласие страхование		+		
Верна страхование	+			

«Росгосстрах» крупная страховая компания, которая уже заняла свое место во всех ценовых диапазонах. Они предоставляют ассортимент страховых пакетов как в премиум, так и в низко–ценовой категории.

«Коместра–Томь» нашла свою фишку и предоставляет свои услуги страхования по скидкам в городе Томск. Томск является студенческим городом, что позволило компании занять свое место в низкоценовой и

средне–ценовой нише.

Компания «Тинькофф» изначально позиционировала себя как банк для людей, это отразилось и на их политике в развитии «Тинькофф страхование» большинство их пакетов сосредоточены на заключении контрактов со средним и классом ниже среднего людей.

Многие предприниматели видят большой потенциал в страховом рынке, так как страховые компании показывают хорошие показатели роста и прибыли ежегодно. Что приводит к высокому уровню конкуренции.

Коместра–Томь за тот промежуток времени, который она находится на рынке, уже успела заработать себе имя. Компания предоставляет услуги в области страхования уже на протяжении 25–ти лет. Ее преимуществами являются введение и предоставление новых программ страхования автомобилей КАСКО. Присутствует рассрочка на оплату предоставляемых услуг, это сделано с целью облегчить финансовую нагрузку на потребителя, и расширения границ людей который могут себе позволить данные услуги. Ввиду тенденции роста уровня конкуренции компания предоставляет гибкие условия и тарифы, чтобы каждый из потребителей мог индивидуально подобрать подходящий ему пакет услуг. Предоставляется широкий спектр услуг страхования таких как: страхование, дач, квартир, ответственности, жизни, здоровья.

Анализ недостатков страховых компаний, опираясь на оставленные отзывы. «Коместра–томь» оценивается потребителями, решившими оставить отзыва суммарно двумя из пяти звезд, что означает, что больше половины людей, решивших оставить отзыв, остались не довольны.

Росгосстрах получил оценку в полторы звезды из пяти, основной его проблемой, как и других больших компаний в разных отраслях стало то, что людям не нравится система выплат, которая, по их мнению, происходит не качественно.

Страховой портфель, относится к одному из главных показателей, который отражает финансовую надежность фирмы. Страховой портфель

является основой практически во всей деятельности страховщика, создание устойчивого портфеля является не маловажной задачей для каждой страховой компании [25]. Анализ выплат страховых возмещений и поступлений страховой премии 2018–2019 годы представлен в Приложении А.

Проанализировав данные, представленные в Приложении А, можно сделать выводы:

1) В 2018 году прирост премий по добровольному страхованию стал больше и составил 143805675 рублей. Это изменение наглядно отображает, что приемы по страхованию плодотворно сказались на страховых компаниях.

2) Увеличение количества поступлений по страхованию финансовых рисков. Рост составил 6792100 тыс. рублей или 31,99%. Данное изменение можно объяснить нестабильным экономическим положением в стране и желанием предпринимателей обезопасить себя от риска потеря прибыли.

3) Обязательное страхование (кроме ОМС) в 2019 году увеличилось на 9133659 тыс. рублей или на 3,34%. Увеличение небольшое, произошло в основном за счет возобновления обязательного страхования ответственности перед авиапассажирами. В 2018 году данное страхование компания не осуществляла, в 2019 году размер поступлений составил 3193511 тыс. рублей.

4) Общее число поступлений страховых премий увеличилось за 2016 год на 152939334 тыс. рублей или на 12,8%. Данная тенденция положительно характеризует деятельность компании по развитию основной деятельности.

Таблица 6 – Структура страхового портфеля СК ПАО «Коместра» по выплатам за 2019 год

Виды страхования	Структура, %
Личное страхование	27,8
Имущественное страхование	28,03
Страхование гражд ответственности	1,78
Страхование предпринимательских и финансовых рисков	3,03
Обязательное страхование	3,04
Обязательное гос страхование	3,04
Обязательное страхование ответственности	33,28

По этой таблице можно сделать следующий выводы обязательное

страхование приносит основную сумму выплат, сразу после него идет имущественное и личное страхование.

Таблица 7 – Структура страхования

Вид страхования	Структура
Личное страхование	28
Имущественное страхование	26
Страхование граждан ответственности	4
Страхование предпринимательских и финансовых рисков	1
Обязательное страхование рисков	40
Другие виды обязательного страхования	1

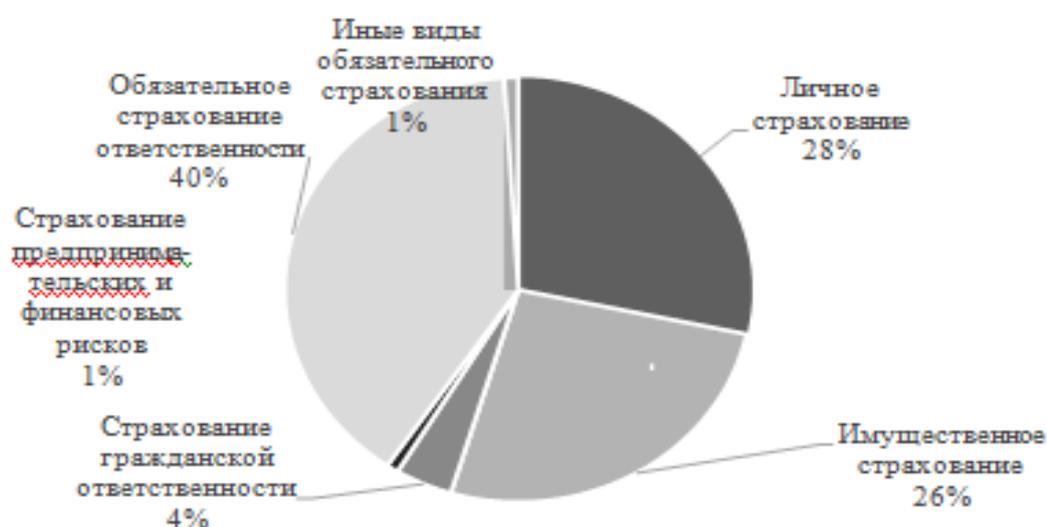


Рисунок 9 – Структура востребованности видов страхования [26]

По данной диаграмме можно сделать вывод, что наиболее востребованным видом страхования является обязательное страхование ответственности – 40% всего страхового портфеля. В 2019 году по данному виду страхования зафиксировано поступлений в размере 1666188 тыс. рублей, что на 157864 тыс. рублей (на 9,47%) больше, чем в 2018 году. Большую часть занимает ОСАГО–1591382 тыс. рублей. Наименее развитыми являются страхование предпринимательских и финансовых рисков–1% страхового портфеля, размер поступлений равен 35125 тыс. рублей, что на 3247 тыс. рублей (9,24%) больше, чем в предыдущем периоде, и иное обязательное

страхование – 1% портфеля СК, размер поступлений в 2016 году значительно увеличился – на 38,02% и составил 40592 тыс. рублей. Самым неразвитым видом страхования в Томской области является обязательное личное и государственное страхование, поступлений по данным видам страхования в 2018 и 2019 годах не осуществлялось. Общее количество поступлений в 2019 году увеличилось на 13,9% и составило 4213451 тыс. рублей, данный результат положительно характеризует работу компании «Коместра–Томь» в Томской области по привлечению страхователей.

3 Направления диверсификации затрат и повышения эффективности автострахования в национальной экономике на примере АО СК «Коместра – Томь»

3.1 Оценка влияния факторов внутренней и внешней среды на эффективность автострахования в АО СК «Коместра – Томь»

Страховая компания «Коместра–Томь» была образована в 1993 году в Томске. В первый год своего существования, компанией было продано около ста договоров страхования. Организация на рынке уже более двадцати пяти лет и за это время успела пережить многие исторические события: экономические кризисы, дефолт, деноминацию, банкротство шести банков, с которыми она работала [27].

Сегодня группа компаний «Коместра» представляет универсальную, диверсифицированную клиентоориентированную страховую организацию, которая представляет клиентам весь спектр страховых услуг: начиная от ДМС, «автогражданки», страхования здоровья и имущества и заканчивая страхованием ответственности за неисполнение обязательств по контрактам.

По мнению руководства организации, главной ценностью компании является клиент. Столь продолжительное существование компании говорит о том, что потребители доверяют ей. Руководство понимает, что зарплату сотрудникам платят клиенты и поэтому был сформулирован основной принцип работы компании: когда человек получает страховой полис – он должен быть уверен, что получит по нему страховые выплаты. Эта идея пронизывает всю компанию: и агентов, и андеррайтеров, имеющих дело с договорами страхования, и бухгалтерию, которая должна быстро принять и выдать деньги, и департамент урегулирования убытков. Все годы существования «Коместра» придерживается этого принципа. Постепенно «Коместра» превратилась в мини-завод по производству страховых выплат.

На данный момент в компании работает свыше двухсот человек. Более

трех тысяч клиентов юридических лиц, а также более двухсот пятидесяти тысяч клиентов юридических лиц. Ежемесячно, по разным видам страхования, до тридцати миллионов рублей страховых выплат [28].

Послужной список АО СК «Коместра–Томь»:

- «Коместра–Томь» – универсальная страховая компания. Предоставляет полный спектр страховых услуг по 57 видам страхования.
- доверенная страховая компания Администрации Томской области по страхованию памятников истории и архитектуры.
- обладатель премии областной администрации «ФИНАНСОВЫЙ ПРЕСТИЖ» в номинации «Народный выбор».
- победитель конкурса мэрии Томска на право страхования имущественных интересов муниципального образования «город Томск». Компании присвоено звание «Поставщик услуг для муниципаль–ных нужд».
- победитель конкурса «Лучшие товары и услуги Томской области» в номинации «Услуги для населения».
- в настоящее время действуют несколько самостоятельных подразделений: агентство «Центральное», филиал «Коместра–Северск» в г. Северск, доп.офисы в районных центрах Томской области, в Новосибирской и Омской областях, в Алтайском и Красноярском краях, в городах Юрга и Топки Кемеровской области.
- в числе корпоративных клиентов и партнеров крупные производственные, транспортные, строи–тельные организации, банки, ВУЗы, медицинские учреждения, среди которых АО «Электромотор», ООО «Горсети», ОАО «Томское пиво», МУП «Энергокомплекс» («Водоканал»), АО «Элеси», НПФ «Микран», сеть магазинов «Быстроном», ФКБ «Газпромбанк», «Томскпромстройбанк», НИ ТПУ, ТГУ, ТУСУР, Педуниверситет, клиники СГМУ, роддома №1, №2, им. Семашко, МСЧ «Строитель», клиники «МЕДСТАР», «ТОМОКО», «МАДЕЗ» и др.
- ежемесячные страховые выплаты по рисковым видам страхования до 30 млн. руб.

– количество застрахованных по программе страхования «от клеща» – 160 тысяч томичей.

– ежегодно заключается более 250 тысяч договоров страхования.

– по данным инспекции Центрального банка СК «Коместра –Томь» регулярно занимает лидирующие позиции в рейтингах страховых компаний Томской области .

Виды страхования:

- 1) Добровольное медицинское страхование;
- 2) Комбинированное страхование автотранспортных средств;
- 3) Страхование имущества физических лиц;
- 4) Страхование имущества юридических лиц;
- 5) Страхование урожая сельскохозяйственных культур;
- 6) Страхование животных и ответственности их владельцев;
- 7) Страхование гражданской ответственности владельцев автотранспортных средств;
- 8) Страхование общегражданской ответственности физических и юридических лиц;
- 9) Страхование гражданской ответственности изготовителей и продавцов товара, исполнителей работ (услуг) ;
- 10) Страхование гражданской ответственности за причинение вреда вследствие недостатков работ, которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального строительства;
- 11) Страхование ответственности медицинских учреждений и частнопрактикующих врачей;
- 12) Страхование грузов;
- 13) Страхование строительно–монтажных рисков;
- 14) Страхование выставок;
- 15) Страхование сейфов, банковских хранилищ и хранимых в них ценностей;
- 16) Страхование залога (заклада) ;

- 17) Страхование гражданской ответственности организаций, эксплуатирующих опасные производственные объекты, за причинение вреда жизни, здоровью или имуществу третьих лиц и окружающей природной среде в результате аварии на опасном производственном объекте;
- 18) Страхование экологических рисков;
- 19) Страхование гражданской ответственности за перевозку опасных грузов;
- 20) Страхование гражданской ответственности автоперевозчиков;
- 21) Страхование профессиональной ответственности риэлтеров;
- 22) Страхование профессиональной ответственности строителей;
- 23) Страхование гражданской ответственности ломбардов за утрату и повреждение принятых в залог вещей;
- 24) Страхование гражданской ответственности лиц, занимающихся детективной (охранной) деятельностью;
- 25) Страхование гражданской ответственности землепользователей;
- 26) Страхование экспортно–импортных кредитов;
- 27) Страхование гражданской ответственности за неисполнения или ненадлежащее исполнение обязательств по договору;
- 28) Страхование неисполнения договорных обязательств;
- 29) Страхование финансового лизинга;
- 30) Страхование эмитентов пластиковых карточек;
- 31) Страхование от перерыва в производстве;
- 32) Страхование потери имущества в результате прекращения права собственности;
- 33) Страхование инвестиций;
- 34) Страхование непредвиденных расходов;
- 35) Страхование земельных участков;
- 36) Страхование машин и механизмов от поломок (аварии);
- 37) Страхование сдаваемого в аренду нежилого и жилого фонда;
- 38) Добровольное страхование от несчастных случаев и болезней;

- 39) Страхование ответственности аудиторов;
- 40) Страхование ответственности оценщиков;
- 41) Страхование ответственности нотариусов;
- 42) Добровольное медицинское страхование трудовых мигрантов;
- 43) Страхование гражданской ответственности фармацевтов;
- 44) Страхование ответственности юристов и адвокатов;
- 45) Обязательное страхование жизни и здоровья пациента, участвующего в клинических исследованиях лекарственного препарата;
- 46) Страхование ответственности судовладельцев.

АО СК «Коместра–Томь» – компания с линейно–функциональной организационной структурой. Организационная структура АО СК «Коместра–Томь» представлена в Приложении Б.

22 января 2020 года АО СК «Коместра–Томь» присоединилась к АО «СК Астро–Волга».

Банк России отозвал лицензии АО Страховая Корпорация «Коместра–Томь». Это решение принято в связи с добровольным отказом компании от осуществления, предусмотренной лицензиями деятельности [29].

Баланс предприятия характеризует финансовое положение предприятия, на его основании сравниваются потенциал развития предприятия, заложенный в активах и риск неплатежеспособности, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. В таблице приведен баланс предприятия за 2016, 2017, 2018 года.

Таблица 8 – Отчет о финансовом положении [30]

	на 31 декабря 2016 (в тыс. руб.)	на 31 декабря 2017 (в тыс. руб.)	на 31 декабря 2018 (в тыс. руб.)
АКТИВЫ			
Инвестиционная собственность	35 755	22 420	22 351
Финансовые активы, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	35 114	41 886	53 213
Займы и дебиторская задолженность	31 263	36 801	26 260
Депозиты	133 678	126 900	143 758

Продолжение таблицы 8

Денежные средства	16 021	49 284	62 018
Активы по перестрахованию	14 727	12 927	10 405
Активы по суброгациям	8 771	14 843	20 530
Основные средства	5 192	5 150	5 141
ОАР	12 266	18 775	17 036
ОНА	3 668	626	925
НМА	1 450	2 529	2 316
Запасы	337	574	254
Всего активы	298 242	332 715	364 207
Обязательства и капитал			
Капитал, принадлежащий собственникам материнской компании			
Уставный капитал	130 789	130 789	130 789
Добавочный и резервный капитал	1391	1391	36
Прибыль	22 627	48 084	70 840
Всего капитал	154 807	180 264	201 665
Обязательства			
Страховые резервы	107795	119579	118958
Кредиторская задолженность по страхованию	9733	16891	22396
Кредиторская задолженность по перестрахованию	4913	6206	5158
Прочая кредиторская задолженность	20994	9775	16030
Всего обязательства	143 435	152 451	162 542
Всего капитал и обязательства	298 242	332 715	364 207

Из приведенной таблице видно, что с каждым годом баланс предприятия увеличивается, что говорит о эффективности работы компании.

Страховая компания «Коместра–Томь» предоставляет услуги страхования автомобилей и автовладельцев двумя видами страхования:

– ОСАГО – обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств.

Полис обязательного автострахования ОСАГО страхует только риск ответственности владельца транспортного средства при ДТП, вследствие которого причинен вред жизни, здоровью или имуществу другому участнику ДТП [31].

– КАСКО – добровольное страхование транспортных средств.

Полис КАСКО позволяет ощутить полную защищенность Вашей

машины от превратностей судьбы, и неосторожности других водителей.

Страховая компания «Коместра–Томь» в основном упор в своей деятельности делает на добровольном страховании КАСКО. Компания предоставляет индивидуальный подход к каждому клиенту и дает возможность выбрать лучшую программу для страхования. В таблице 9 предоставлены существующие программы.

Таблица 9 – Программы страхования КАСКО «Коместры»

Программа страхования	Описание программы	Стоимость полиса
«Новое КАСКО»	Максимальный набор услуг для: – владельцев иномарок моложе 5 лет и дороже 1 млн. рублей	От 4,5%
«Полное КАСКО»	Максимальный набор услуг для владельцев автомобилей любых марок. Снизить тариф на 30% можно за счет телематики	От 7,2% от страховой суммы
«КАСКО–Лайт»	Только для владельцев полисов ОСАГО «Коместра–Авто». Покрывает ущерб, возникший по вине установленных третьих лиц; восполняет недостатки ОСАГО	От 1 450 рублей
«КЛАССко»	Для владельцев полисов ОСАГО любых страховых компаний. Покрывает ущерб, возникший по вине установленных третьих лиц, чья ответственность не застрахована, то есть нет полиса ОСАГО или полис фальшивый	От 1 500 рублей
«КАСКО–Удача»	Полная страховая защита для опытных водителей за ½ стоимости полиса	От 4,3% от страховой суммы
«КАСКО–Диалог»	Помогает автовладельцу сэкономить на стоимости полиса: самостоятельно выбрать величину скидки	Скидка на стоимость полиса от 5 000 до 30 000 рублей

Как видно из таблицы, автовладельцы могут подобрать для себя удобную программу автострахования. Если из приведённых программ нет подходящей, то есть программа «КАСКО–SMART» с более индивидуальным подходом.

Для того, чтобы оценить влияние факторов внешней и внутренней среды на эффективность автострахования в АО СК «Коместра–Томь» были проведены анализ конкурентов, а также PEST и SWOT–анализы.

На конкурентоспособность организации влияют внутренние и внешние факторы. Анализа факторов внешней среды – это сбор информации о социальных, экономических, политических и технологических тенденциях в изменениях среды существования конкретного предприятия.

Для лучшей оценки конкуренции необходимо учитывать воздействие каждого фактора на компанию.

Факторы, которые в большей степени влияют на конкурентоспособность страховой компании:

- стоимость страхового пакета;
- широкий ассортимент предлагаемых услуг;
- квалифицированный и доброжелательный персонал;
- благоприятный имидж компании;
- наличие лицензий;
- высокий уровень автоматизации;
- регулирование страховой деятельности государством [32].

Преимущества «Коместры»:

1) Страховая корпорация «Коместра–Томь» – зарегистрирована в Томске. Руководство и персонал – томичи. Все решения, касающиеся условий и правил страхования, регламента и величины страховых выплат, обслуживания и сопровождения клиентов принимаются здесь, на месте, быстро и оперативно, с учетом клиентских запросов и рыночной конъюнктуры, без обращения к руководству иногородних головных компаний.

2) Выгодные условия страхования: разнообразие программ и вариантов страховой защиты, широкий выбор опций и рисков, обоснованные тарифы, возможность бартерной и рассроченной оплаты страховых услуг, скидки, бонусы, перестрахование, предстраховая экспертиза, дополнительные пакеты бесплатных услуг.

3) Надежные гарантии выплат. Оперативность, высокое качество и клиентоориентированный сервис при урегулировании убытков. В компании действует самый большой в городе отдел урегулирования убытков и

претензий, который работает в режиме быстрых выплат.

4) Постоянно действующая внутрикорпоративная система подготовки и переподготовки персонала. «Коместра» – сильный бренд. Страхование в «Коместре» повышает надежность в глазах партнеров и контрагентов, обеспечивает стабильность и предсказуемость бизнеса, улучшает сбыт, позволяя предпринимателям продавать товары на выгодных условиях.

PEST – анализ используется для оценки влияния факторов внешней среды, на деятельность организации.

Выделим из массы факторов макросреды основные, и рассмотрим подробнее:

- экономические факторы;
- политические факторы;
- технологические факторы;
- социокультурные факторы.

В таблице представлены результаты анализа факторов внешней макросреды для компаний.

Таблица 10 – PEST–анализ

P (Political)	E (Economical)
Законодательная база в области регулирования страхового дела	Рост цен – инфляция
Налоговое законодательство	Платежеспособность
S (Socio – cultural)	T (Technological)
Уровень социальной ответственности	Получение электронного полиса
	Степень информатизации

В таблице оценим возможности и угрозы для нашей отрасли через анализ политических, экономических, технологических и социальных факторов. Оценочная шкала – от 1 (min) до 5 (max).

Таблица 11 – Оценка влияния факторов в PEST–анализе

Описание фактора	Влияние фактора	Количество людей может быть изменено					Средняя оценка	Оценка с поправкой на вес
		Экспертная оценка						
		1	2	3	4	5		
1) Политические факторы								
Законодательная база в области регулирования страхового дела	3	1	3	4	3	3	2,8	0,56
Налоговое законодательство	1	2	4	2	3	3	2,8	0,19
2) Экономические факторы								
Рост цен – инфляция	2	4	3	2	3	3	3,0	0,40
Платежеспособность	3	5	4	4	3	4	4,0	0,80
3) Социально–культурные факторы								
Уровень социальной ответственности	2	3	4	5	5	4	4,2	0,57
4) Технологические факторы								
Получение электронного полиса	2	3	2	3	5	4	3,4	0,45
Степень информатизации	2	2	4	1	3	3	2,6	0,34
Итого	15						24,6	

Рассмотрим подробно каждый фактор, влияющий на деятельность организации.

Политические:

– изменение в законодательстве имеет огромное влияние на деятельность организации. От законодательства зависит вся деятельность организации и в зависимости от изменения в законодательстве в страховой сфере будут изменения в предлагаемых услугах.

– так же на деятельность страховых фирм оказывает налоговое законодательство.

Экономические:

– рост цен может оказывать негативное влияние на спрос.

– если платежеспособность клиента растет, то спрос будет увеличиваться. Чем более платежеспособный клиент, тем более дорогой автомобиль он сможет себе позволить приобрести, что на прямую влияет на стоимость страховки.

Социально–культурные:

– уровень социальной ответственности оказывает огромное влияние организацию. Чем более ответственным будет потребитель, тем больше рисков он будет стараться покрыть.

Технологические:

– многие потребители ищут способы для экономии времени и для многих удобнее приобретать электронные полисы.

– информированность клиентов играет немаловажную роль для деятельности страховой компании. Если клиент не будет подробно проинформирован, то он может приобрести, например, только полис ОСАГО и в случае ДТП ему придется самому нести на себе риски, которые он мог бы избежать, будь он полностью проинформированным.

После проведения PEST–анализа, можно начать комплексный SWOT–анализ, который покажет нам, как будет действовать компания в будущем, какую стратегию она может предпринять исходя из своих возможностей и недостатков.

SWOT–анализ – это подход к стратегическому планированию, который определяет и классифицирует внутренние и внешние условия деятельности организации по четырем категориям:

Strengths (сильные стороны) – это сильные стороны компании, ее преимущества среди остальных.

Weaknesses (слабые стороны) – это слабые стороны компании, которые мешают развитию и ослабляют ее перед другими.

Opportunities (возможности) – это внешние факторы, которые дают дополнительные возможности для компании.

Threats (угрозы) – это внешние факторы, которые усложняют деятельность компании [33].

Проведем SWOT–анализ образовательной программы в таблице.

Таблица 12 – SWOT–анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
Узнаваемость бренда	Не квалифицированный персонал
Конкурентоспособные тарифы страхования	Низкий рейтинг компании в 2ГИС и гугл картах
Актуальная информация на сайте	Дизайн сайта не нравится потребителям
	Нет возможности застраховаться дистанционно
	Отозвана лицензия
Возможности	Угрозы
Увеличение спроса на дополнительные услуги автострахования	Снижение темпа экономического роста и доходов населения
Рост интереса к страховой отрасли со стороны государства	Сильные конкуренты
	Мошенничество
	Нестабильность на мировых финансовых рынках
	Сильный демпинг по тарифам в других страховых компаниях

Проведя SWOT–анализ можно увидеть, что сильными сторонами компании АО СК «Коместра–Томь» является имидж, узнаваемость бренда, слабой стороной является отсутствие квалифицированного персонала, что приводит к низкому рейтингу компании на рынке, так же слабой стороной компании является то, что клиент не может дистанционно получить страховой полис, что в условиях последних событий, является очень важно.

3.2 Основные направления повышения эффективности автострахования АО СК «Коместра – Томь»

Для того, чтобы выяснить основные направления повышения эффективности автострахования, была разработана анкета для опроса потребителей услуг компании «Коместра–Томь».

Данный опрос проводился в компании АО СК «Коместра–Томь», в нем принимали участие 123 респондента.

Пользовались ли вы когда-нибудь услугами страховой компании

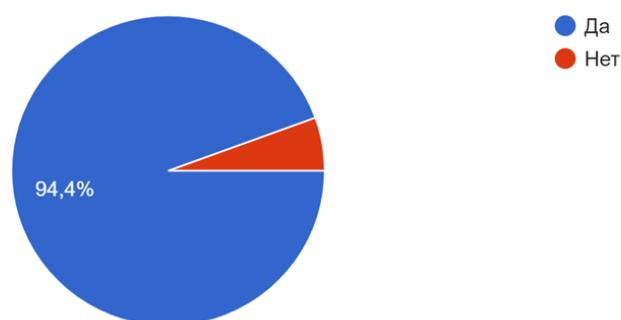


Рисунок 11 – Структура потенциальных потребителей, участвующих в опросе

Некоторые потребители ни разу не пользовались услугами страховой компании, и прежде, чем принять решение о страховании, пришли проконсультироваться с сотрудниками организации, узнать какие есть предложения, акции, возможности страхования.

Если "Да", то какими?

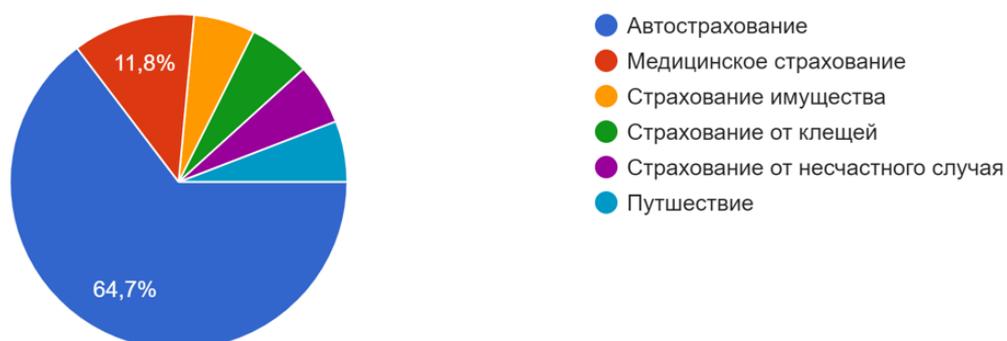


Рисунок 12 – Структура потребителей, по пользованию страхования

Большинство потребителей услуг страхования приобретают автостраховки. Данное направление страхования является сейчас самым востребованным для организации.

Далее для владельцев автомобилей был проведен опрос по наличию страховых полисов.

Есть ли у вас страховой полис

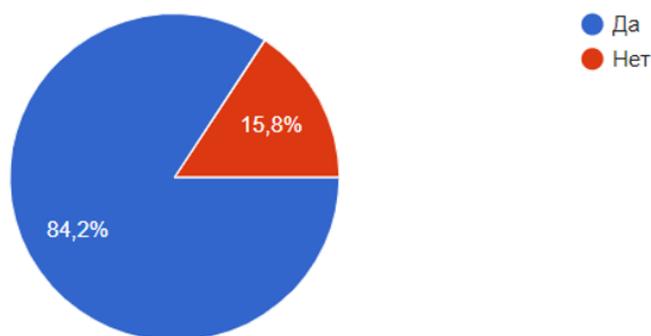


Рисунок 13 – Структура автовладельцев по наличию страхового полиса

К сожалению, не у всех автовладельцев есть страховой полис. По законодательству РФ у каждого автовладельца должен быть полис ОСАГО. Данная статистика показывает, что не все автовладельцы проинформированы и несут гражданскую ответственность.

Если есть, то какой полис у вас есть

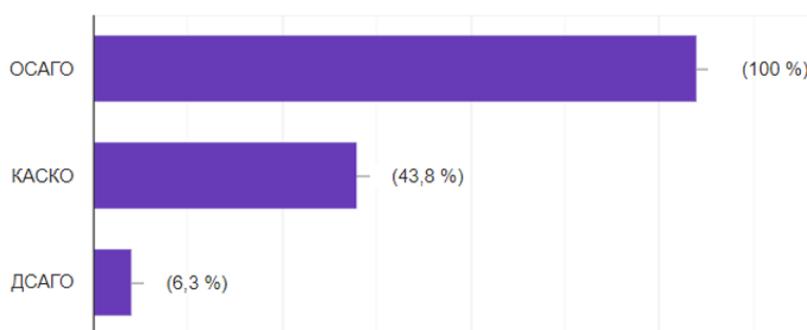


Рисунок 14 – Распределение респондентов по наличию страховых полисов

Менее половины респондентов, у которых есть автомобили, имеют полис КАСКО. Хотя данный вид страхования и не является обязательным, но он все равно является важным для каждого водителя.

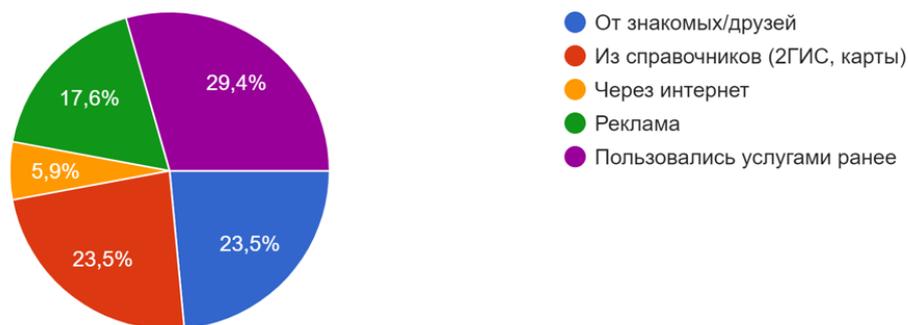
Большинство автовладельцев надеются на «удачу», верят, что они никогда не попадут в аварию или с их машиной ничего не случится, например угона. Но это лишь показывает то, что уровень ответственности у населения не высок и нужно проводить мероприятия для того, чтобы его поднять.

Для организации люди, которые не пользуются полисом КАСКО,

являются потенциальными потребителями, поэтому важно вести активную информационную политику.

Увеличить затраты на маркетинг и выйти на более высокий уровень узнаваемости. На рисунке 15 показано откуда потребители узнают об

Откуда вы знаете о компании "Коместра-Томь"?



организации.

Рисунок 15 – Структура респондентов по тому, откуда известна компания АО

Что для вас наиболее важно, когда вы выбираете страховую компанию

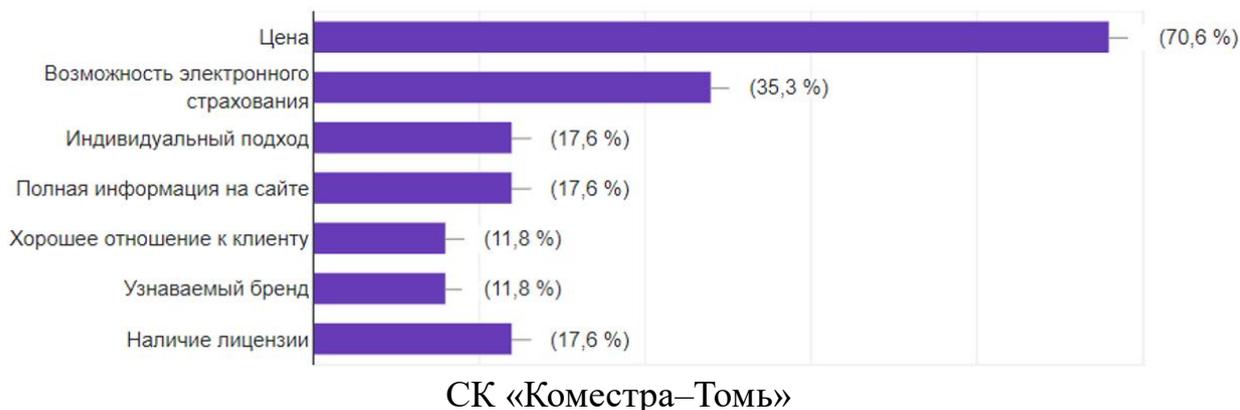


Рисунок 16 – Структура предпочтений клиентов по выбору страховых компаний

Из рисунка 16 можно сделать выводы, что главным конкурентным преимуществом организации служит цена. Далее был проведен более подробно опрос, об обслуживании клиентов компании АО СК «Коместра–Томь».

Влияет ли уровень обслуживания на принятие Вами решения о приобретении страхового полиса?



Рисунок 17 – Структура респондентов по предпочтению в уровне обслуживания

Из данного рисунка видно, что большинству потребителей важно, как

Получаете ли Вы полноценную информацию о возможности страховых полисов?



к ним относятся консультанты во время обслуживания.

Рисунок 18 – Распределение потребителей по получению полноты информации

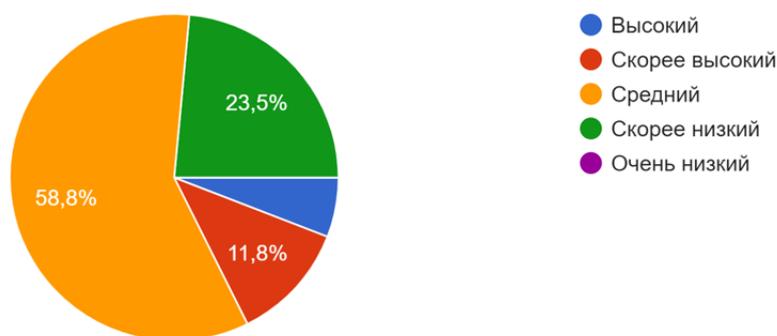
Из данного рисунка видно, что только треть потребителей получает от консультантов полную информацию. Это показывает, что работники не выполняют полноценно свои обязанности и нужно более тщательно следить за тем, как они работают.

Из-за того, что работники полноценно не выполняют свои

обязанности, возник важный вопрос: а довольны ли потребители уровню обслуживания в компании АО СК «Коместра–Томь».

Был проведен более подробный опрос, довольны ли клиенты компанией, что удовлетворяло их потребностям, а чем они остались

Оцените, пожалуйста, уровень обслуживания в АО СК "Коместра-Томь" в целом:



недовольны. Данные вопросы помогают понять, в каком направлении дальше двигаться организации.

Рисунок 19 – Структура респондентов по уровню удовлетворённости в обслуживании

Из данного рисунка видно, что компанию оценивают «средней» по степени уровня обслуживания.

Оцените, пожалуйста, качество работы персонала (1 - "очень плохо, ужасно" 5 - "очень хорошо, отлично")

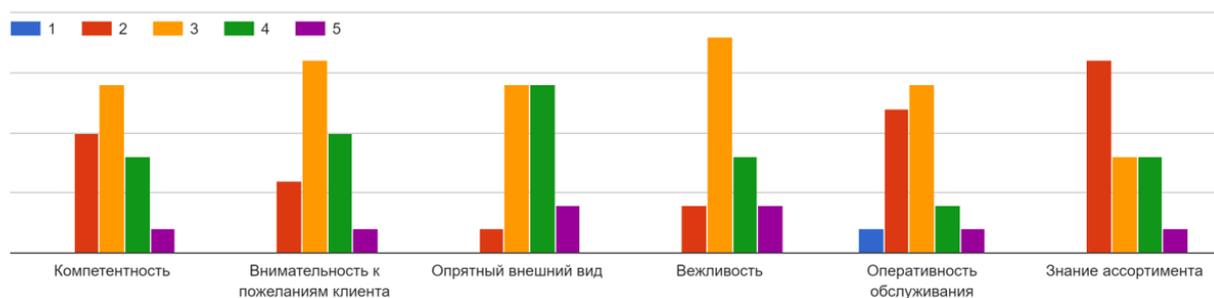


Рисунок 20 – Распределение оценок удовлетворения работой консультантов

Проанализировав данный рисунок, можно заметить, что основная оценка, которую ставят потребители «3». Это говорит о том, что нужно более внимательно относиться к тому, как консультанты работают. Консультанты – лицо компании и к сожалению, показывают не лучший ее сторону.

Оцените, пожалуйста, комфортность пребывания в компании по следующим параметрам (1 - "очень плохо" 5 - "очень хорошо, отлично"):

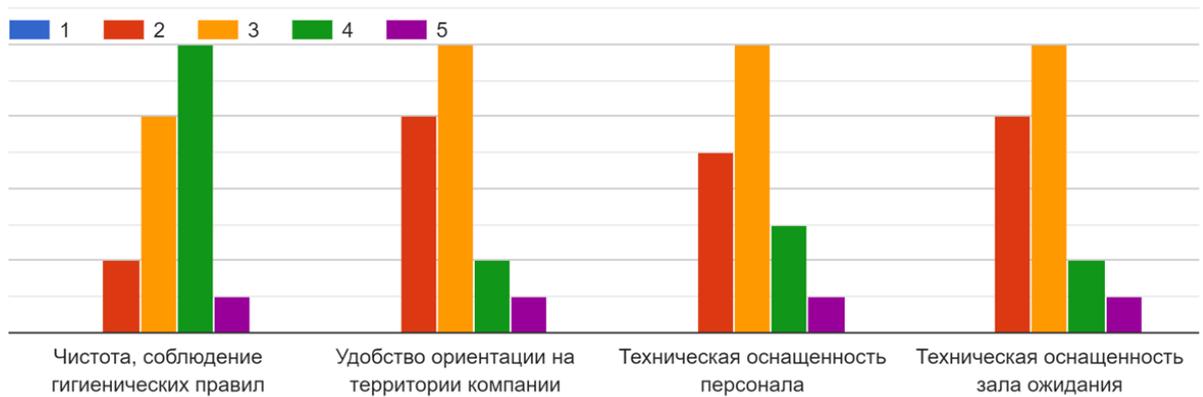
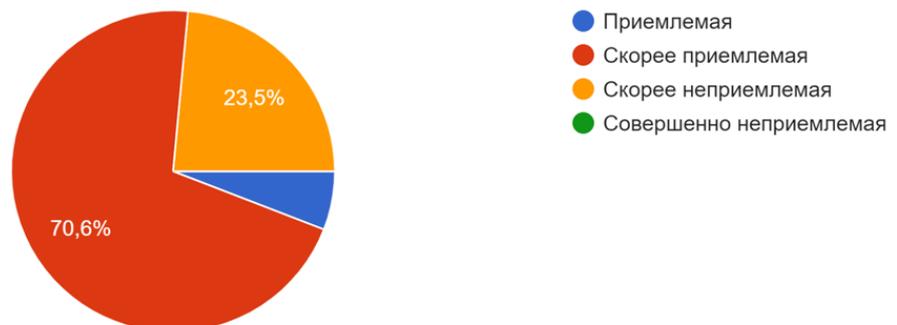


Рисунок 21 – Оценка потребителей по уровню комфорта нахождения в компании

В наше время очень важно, то, как чувствует потребитель себя в стенах организации, особенно учитывая события последних месяцев. Очень важно, чтобы в помещении было чисто, свежо, и были средства защиты: антисептики, перчатки, маски. Потребители считают, что уровень гигиены находится на хорошем уровне, но, к сожалению, технический уровень

Как бы Вы оценили стоимость услуг нашей компании?



обслуживания оценен на средний бал.

Рисунок 22 – Оценка стоимости услуг для потребителей

Большинство потребителей считают, что стоимость автострахования в компании АО СК «Коместра–Томь» приемлемой. Организация делает большой упор на автостраховании и важно, чтобы в данном показателе было конкурентное преимущество на рынке.

Скажите, пожалуйста, порекомендуете ли Вы страховую компанию своим знакомым/друзьям?

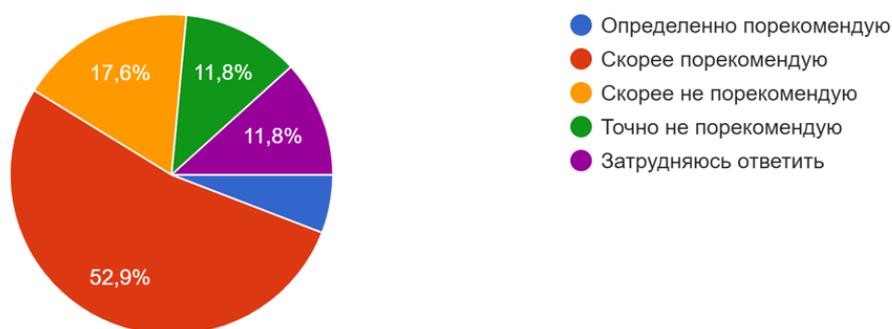


Рисунок 23 – Структура респондентов по возможности рекомендации компании друзьям/знакомым

Более 20 процентов пользователей узнали о компании от своих друзей и знакомых, поэтому этот инструмент очень важен для организации. Данный инструмент дает возможность бесплатно и более эффективно распространять узнаваемость бренда. Если отзывы клиентов будут хорошие, то у компании будет больше потребителей.

Так же чтобы более подробно ознакомиться с тем, как видят организацию потребители были проанализированы отзывы из разных СМИ источников.

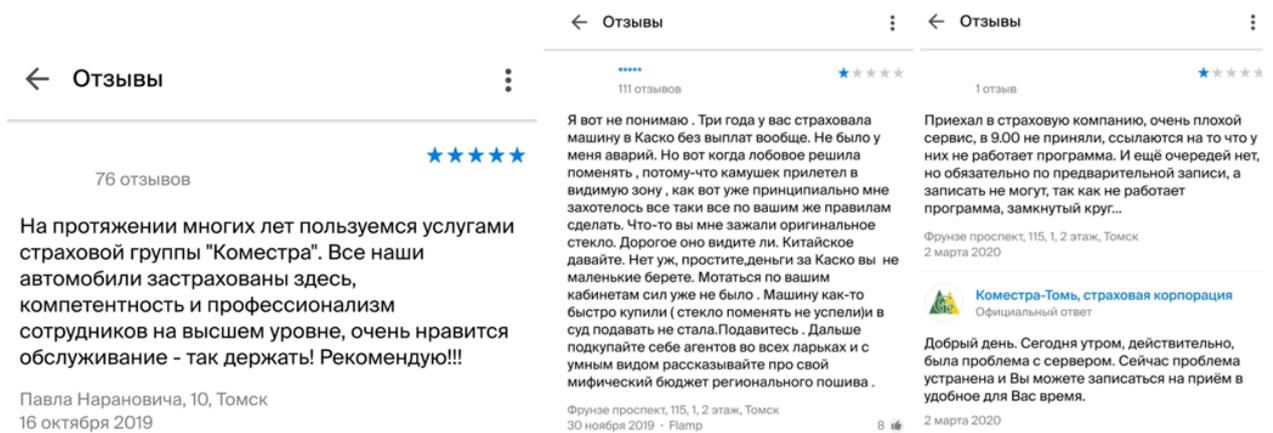


Рисунок 24 – Отзывы потребителей о деятельности организации

Из данного рисунка видно, что есть потребители полностью довольные деятельностью организации, а есть потребители, которые столкнулись со сложностью работы с консультантами, а также со страховыми выплатами. Из этого рисунка также видно, что со организация стала обращать внимание на отзывы, и работать с клиентами через онлайн платформу.

На основании проведенных анализа потребителей, а также PEST и SWOT анализов можно предложить основные направления повышения эффективности автострахования АО СК «Коместра–Томь»:

- сделать электронное страхование через сайт. Большинство компаний конкурентов продают полис ОСАГО в электронном варианте и некоторые продают электронно также КАСКО.

- сделать дизайн сайта более презентабельным и более понятным для клиентов, которые заходят на него в первый раз. На основании устного опроса, многим респондентам дизайн сайта не понравился и был непонятен.

- сделать более активную маркетинговую политику и увеличить уровень социальной ответственности через СМИ.



Рисунок 25 – Рекламный баннер КАСКО компании АО СК «Коместра–Томь»

Важно рассказывать более подробно зачем приобретать полис КАСКО, даже если уже приобретен полис обязательного страхования. К сожалению, большинство потребителей покупает только полис ОСАГО и по более низкой цене, чаще всего у мошенников, что несет недоверие к страховым компаниям.

1) Сейчас большинство людей воспринимает информацию через социальные сети, можно нанять SMM специалиста, для продвижения компании через таргетную рекламу, для увеличения лояльности к компании. Ведение социальных сетей очень важно для потребителей.

2) Для того, чтобы информация была более понятна, можно создавать мини-ролики, после просмотра которых, потребителям будет ясно, что такое страхование, зачем оно нужно, и как избежать мошенников. Это поможет компании более эффективно завоёвывать внимание клиентов и увеличит узнаваемость бренда.

3) Улучшить рейтинг в гугл картах, или 2ГИС. Большинство потребителей сейчас смотрят рейтинги компаний, отзывы и, к сожалению, не всегда клиенты довольны, тем как их обслужили. Для того, чтобы улучшить рейтинг нужно непосредственно работать с сотрудниками компании, повышать их квалификацию. Для клиентов очень важен уровень

обслуживания, и если организация не может обслужить потребителя на хорошем уровне, то потребитель в скором времени найдет ту, компанию, где отношение к нему будет лучше. Из отзывов видно, что компания находится на среднем уровне удовлетворения потребителей. Также, для клиентов важно «здесь и сейчас», «время–деньги» и поэтому очень важно обновить операционные системы, чтобы не было проблем с тем, что компания теряет потребителей, потому что технически не смогла обслужить.

Не стоит забывать главный принцип компании АО СК «Коместра–Томь» – главной ценностью компании является клиент. Нужно правильно передать работникам компании этот принцип и понимание что, что зарплату сотрудникам платят клиенты.

Увеличение эффективности очень важно для компании, поэтому очень важно оценивать внешние и внутренние факторы, следить за действиями конкурентов, постоянно привлекать новых клиентов и быстро подстраиваться под изменения в законодательстве.

4 Корпоративная социальная ответственность

В ООО СК «Коместра–Томь» отсутствует программа корпоративной социальной ответственности. В рамках раздела социальной ответственности разработаем стратегическую программу КСО (долгосрочную) для данной компании. Выделяют несколько этапов разработки:

- определение целей и задач программы КСО;
- определение стейкхолдеров программы КСО;
- определение элементов программы КСО;
- определение затрат на программу;
- ожидаемая эффективность программы КСО [61].

Перейдем к определению основных целей КСО. На выбор целей влияет миссия и стратегия компании. Программа КСО должна способствовать ее реализации. В таблице 13 покажем миссию и стратегию компании и соответствующие им цели КСО.

Таблица 13 – Цели КСО на предприятии

Миссия компании	Стать абсолютным лидером регионального рынка страхования, закрепить репутацию надежной, солидной и динамично развивающейся компании.	Цели КСО
Стратегия	Сохранение постоянных клиентов и привлечение новых за счет высокого качества сервиса, оперативности обслуживания.	1. Повышение качества обслуживания клиентов. 2. Увеличение количества повторных обращений в компанию. 3. Мотивация персонала на эффективную работу. 4. Привлечение квалифицированных специалистов.

Представленная таблица показывает, что программа КСО для ООО СК «Коместра–Томь» должна быть направлена внутрь компании, так как ей необходимо создать команду высококвалифицированных кадров, способных оказывать качественные услуги.

После определения целей нужно выявить наиболее влиятельных

стейкхолдеров. В таблице 14 показаны наиболее влиятельные стейкхолдеры компании, исходя из целей программы КСО.

Таблица 14 – Стейкхолдеры программ КСО

Цели КСО	Стейкхолдеры
Повышение качества обслуживания клиентов	Персонал
Увеличение количества повторных обращений в компанию	Потребители
Мотивация персонала на эффективную работу	Менеджмент
Привлечение квалифицированных специалистов	

Основные стейкхолдеры для компании будут следующие: персонал, потребители, менеджмент. Программа КСО должна быть направлена на персонал, так как от качества их работы зависит уровень сервиса компаний и желание клиентов повторно обращаться в данную фирму и рекомендовать ее своим друзьям, родственникам или коллегам. От эффективности работы сотрудников зависит имидж компании, ее деловая репутация на рынке. Руководству (менеджменту) компании необходимо уделять значительное внимание кадровому вопросу: поиск и подбор хороших специалистов, обучение сотрудников и их мотивация к труду. Страхование относится к сфере услуг, поэтому ключевым ресурсом компании будет выступать человеческий капитал и его развитие.

После определения основных стейкхолдеров можно перейти непосредственно к программе КСО и ее основным элементам. Основные элементы КСО представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Основные элементы программы КСО

Стейкхолдеры	Описание элемента	Ожидаемый результат
Персонал	Тренинги, мастер–классы по продвижению страховых продуктов; мероприятия по сплочению сотрудников	Обучение сотрудников способствует освоению ими техник продаж, новых подходов по общению с клиентами, что ведет к повышению качества обслуживания. Сплочение сотрудников важно для формирования здорового климата в коллективе (каждый работник должен чувствовать поддержку коллег).

Продолжение таблицы 15

Стейкхолдеры	Описание элемента	Ожидаемый результат
Потребители	Социально значимый маркетинг. Небольшой процент от продажи страховых продуктов направлять в местные благотворительные организации (например, Детский благотворительный фонд им. Алены Петровой).	Потребителей привлекают компании, которые готовы помогать в решении социальных проблем общества. Потребителям приятно осознавать, что какая-то часть средств идет на помощь нуждающимся.
Менеджмент	Обучение по программам MBA, курсы повышения квалификации.	Руководителям необходимо обучаться навыкам эффективного управления, чтобы уметь использовать ресурсы компании, в том числе человеческий капитал.

Реализация программ КСО требует финансирования. Затраты на КСО будут осуществляться за счет ежемесячных отчислений. На первых этапах, возможно, потребуются создать фонд для отчисления на КСО, и уже позже приступить к исполнению программы. В таблице 16 показаны примерные затраты по программе КСО в течение 1 года (цены взяты, как средняя величина).

Таблица 16 – Финансирование мероприятий по КСО

Мероприятие	Единица измерения	Цена	Стоимость реализации на планируемый период
Тренинг «Эффективные продажи страховых продуктов»	штук в год	95000	3*95000=285000
Праздничные мероприятия для сотрудников в корпоративном стиле	штук в год	91000	4*91000= 364000
Пожертвования в фонд благотворительный фонд им. Алены Петровой	руб. в месяц	20000	12*20000=240000
Программа MBA для руководителей	человек в год	78000	2*78000=156000

В дальнейшем, если мероприятия окажутся успешными, то можно расширить список мероприятий и доработать стратегию, в соответствии с финансовыми возможностями компании. Представим предварительную оценку

эффективности мероприятий КСО в таблице 16.

Таблица 16 – Оценка эффективности мероприятий КСО

Название мероприятия	Затраты	Эффект для компании	Эффект для общества
Тренинг «Эффективные продажи страховых продуктов»	285000	Повышение квалификации персонала	Рост качества оказываемых услуг
Праздничные мероприятия для сотрудников в корпоративном стиле	364000	Создание дружеской атмосферы в коллективе	
Пожертвования в фонд благотворительный фонд им. Алены Петровой	240000	Улучшение имиджа компании	Помощь нуждающимся
Программа MBA для руководителей	156000	Усовершенствование руководящих навыков топ-менеджмента для реализации проектов компании	Возможность реализации социальных проектов

Планируемые мероприятия могут оказать благоприятное влияние не только для ООО СК «Коместра–Томь», но и для общества. Потребители получают доступ к качественным услугам в области страхования благодаря высокой квалификации специалистов и слаженной работе команды. Более того, компания будет заниматься благотворительностью, что оказывает положительное влияние на общество и его граждан.

Заключение

Можно сделать вывод, что неоклассический подход представляет собой прогрессивный подход, в котором риск несет собой не только угрозы, но и новые возможности. На негативные риски необходимо воздействовать, а позитивными рисками нужно пользоваться.

Страхование является инструментом частичной или полной минимизации рисков. Чтобы оценить страхование компании пользуются методом Хаустона, он представляет собой соотношение затрат, требуемых на страхование риска и потерь в случае, когда риск наступит.

Одним из самых востребованных видов страхования является страхование автотранспорта. Закон обязывает владельца авто страховать свою гражданскую ответственность и оформить полис ОСАГО, имеется и возможность застраховать машину и жизнь пользуясь полисом КАСКО. Базовый тариф ОСАГО устанавливается законом о нем, его смысл уже несколько раз изменялся. Последние изменения были осуществлены 12 апреля 2015 года. В 2015 году рассматривалось изменение тарифов у разных категорий рассматривалось как повышение, так и снижение цен. Уменьшение цены: легковые автомобили для юридических лиц (-12%); тракторы (-25%); мото(-42%). Рост: грузовые > 16 тонн (+32%); остальные (+41%); тарифный коридор (+20%) [39]. Для установления итоговой цены страхового полиса стоимость базового тарифа перемножают с коэффициентами повышения или понижения.

Однако в случае, когда устанавливается цена на стоимость полиса КАСКО можно пользоваться рыночными инструментами ценообразования. Но базой для этого служит методика, которая утверждена Федеральной службой РФ уполномоченная по надзору над страховой деятельностью от 08.07.1993 № 02-03-36 и рекомендована страховым компаниям для расчетов тарифных ставок [54].

Каждая компания устанавливает размер ценового тарифа

самостоятельно. Результат таких расчетов служит базой для установления цен на другие тарифы и служит защитой при лицензировании. В случае, когда образуются другие тарифы базовый перемножают с тарифными коэффициентами. Мнения экспертов статистические оценки лежат в основе образования страховых тарифов. Факторы делятся на 4 группы:

- условия договора страхования;
- факторы, связанные с водителем;
- факторы, зависящие от автомобиля;
- прочие факторы.

Рынок страхования в области КАСКО показывает отрицательную динамику, поэтому политика ценообразования является наиважнейшим фактором. Процесс повышения эффективности принято подразделять на три стадии: вход, процесс и выход. На стадии входа страховая компания оценивает возможность повышения эффективности автострахования за счет сокращения издержек или проведения более тщательной политики андеррайтинга при заключении договора.

Страховые компании прибегают к различным способам для сокращения издержек. В 2014 году многие страховые компании проводили массовые увольнения сотрудников для снижения издержек на оплату труда. В 2015 году фокус сместился на операционные издержки: пересмотр договоров аренды в пользу фиксированной в рублях стоимости аренды, оптимизация внутренней организационной структуры компании. Важной задачей для страховщиков остается снижение инфляционной нагрузки, связанной со значительными колебаниями обменного курса. Можно назвать следующие методы снижения инфляционной нагрузки: хеджирование валютных рисков; увеличение тарифов для иномарок; заключение договоров с посредниками в рублях или фиксированным обменным курсом; назначение ремонта, а не замены при проведении экспертизы.

Другим направлением оптимизации издержек страховых компаний выступает уменьшение аквизиционных расходов. К наиболее

востребованным способом их снижения относится расширение продаж через Интернет: страховые компании активно предлагают свои клиентам оформлять заявки на сайтах компании. В долгосрочной перспективе страховщики стремятся повысить лояльность клиентов, что способствует сокращению издержек на маркетинг.

Клиенты проявляют лояльность к страховой компании в случае, если она предлагает им интересные и выгодные страховые продукты. В условиях кризиса страховые компании выпустили на рынок специальные страховые продукты. Ряд компаний предложили водителям застраховать свой автомобиль по программам с урезанным пакетом рисков (миникаско). Полисы миникаско оказались не востребованы среди населения, потому что они не дают полной защиты и компенсируют недостаточные суммы при наступлении страхового случая. Понимая, не перспективность программ по миникаско, страховые компании приступили к разработке программ, которые ориентированы на конкретные группы водителей (в основном опытные водители со стажем безаварийного вождения). Подобные программы включают в себя франшизу и уменьшенное покрытие, к примеру, программа «КАСКО–Диалог» и «КАСКО–Удача» от Страховой Корпорации «Коместра–Томь».

Страховые продукты с франшизой и уменьшенным покрытием позволяют поддержать спрос населения на добровольное страхование. Однако в целом ситуация по автострахованию остается сложной, что связано не только с проблемами тарификации страховых продуктов, но и со структурными проблемами рынка. Рынку автострахования удалось избежать более сильного падения за счет поднятия базового тарифа по ОСАГО. Поднятие базового тарифа по страхованию привело к тому, что незначительное количество людей были вынуждены отказаться от поездок на личном автомобиле вовсе (к примеру, пенсионеры редко, пользующиеся автомобилем). Одновременно с этим возросло количество людей, которые продолжают управлять ТС без страховки (они считают, что дешевле пару раз

оплатить штраф, чем купить полис). Дальнейшее повышение тарифа нецелесообразно, так как платежеспособность населения значительно сократилась, и рост тарифов приведет к росту мошенничества. Мошенники выдают страхователям «липовые» полиса, которые можно предъявить инспектору ГИБДД при проверке, но которые бесполезны в случае наступления настоящего страхового случая. Ситуация обостряется еще и тем, что часть страхователей умышленно приобретают полис у мошенника из-за желания сэкономить. Борьба с мошенничеством требует участия всех участников рынка: страхователей, которые должны осознавать необходимость страхования и быть бдительными при приобретении полисов; страховых компаний, которые должны тщательно контролировать количество и движение бланков строгой отчетности; правоохранительных органов, которые должны выявлять мошеннические схемы.

Проведенный анализ показывает, что решить проблемы страхования нельзя просто путем поднятия тарифов. Наоборот, необходима их оптимизация и снижение. Регулировать размер тарифов возможно за счет изменения величины нагрузки, которая входит в страховой тариф (брутто-ставка). Страховая компания должна работать над сокращением своих издержек, тогда коммерческая нагрузка на тариф будет меньше, и соответственно его стоимость ниже, что необходимо в условиях экономической нестабильности.

В целом кризисные явления приведут к усилению консолидации рынка, так как у крупных игроков больше ресурсов для реализации дорогостоящих проектов по внедрению информационных систем учета издержек и расширения каналов сбыта. Во избежание монополизации рынка мегарегулятору придется усилить контроль над сделками по слиянию.

Список использованных источников

1. Ляпина, С.Ю. Управление рисками в инновационной деятельности: учебное пособие /С.Ю. Ляпина, М.В. Грачева. – М.: Юнити–Дана, 2012. – 351с.
2. Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств: Федеральный закон от 25.04.2002 № 40–ФЗ (в ред. от 28.11.2015) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – Электрон. текстовые дан. – 2015. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_36528 (дата обращения: 24.04.2020).
3. Черняк, В.З. Управление предпринимательскими рисками в системе экономической безопасности. Теоретический аспект: монография /В.З. Черняк, Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаев. – М: Юнити–Дана, 2015. – 159с.
4. A Practical Guide to Risk Management. USA: Amazon /Thomas S. Coleman.. – 2011. – 206с.
5. Виды и классификация рисков [Электронный ресурс] / // Портал управления рисков. – Электрон. текстовые дан. – 2012. – URL: <http://www.risk24.ru/vidi.htm> (дата обращения: 26.04.2020).
6. Костина, Ю.А. Сущность системы риск–менеджмента, ключевые элементы и этапы формирования /Ю.А. Костина. – Финансы и кредит. №4. – 2011. – С.66–70
7. Балдин, К.В. Управление рисками в предпринимательстве /К.В. Балдин, С.Н. Воробьев. – 4–е изд. – М: Дашков и К, 2012. – 482с
8. Сыропятова, С.Б. Использование риск–менеджмента в системе стратегического планирования /С.Б. Сыропятова; Вестник Волжского государственного университета им. В.Н. Татищева. №22. – 2011. – С.14–19
9. Шапкин, А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций /А.С. Шапкин, В.А. Шапкин. – Дашков и К, 2013. – 544с.
10. Melanie Lockwood Herman. Managing Risk in Turbulent Times

[Электронный ресурс] /. – Электрон. текстовые дан. – 2014. – URL:<http://www.nonprofitrisk.org/library/articles/rmbasics010209.shtml> (дата обращения: 27.04.2020).

11. Королев, В.Ю. Математические основы теории риска /В.Ю. Королев, В.Е. Бенинг, С.Я. Шоргин. – М: Физматлит, 2011. – 512с.

12. Макаров, Н.Н. Риск–менеджмент: учебное пособие /Н.Н. Макаров. – М: Томский политехнический университет, 2011. – 88с.

13. Иванов, А.А. Риск–менеджмент: учебно–методический комплекс /А.А. Иванов, С.Я. Олейников, С.А. Бочаров. – М: Центр ЕАОИ, 2011. – 193с.

14. 5 Risks for a growing business, and how to manage them [Электронный ресурс] / Lee Colan.. – Электрон. журн. – 2013. – URL: <http://www.inc.com/lee-colan/5-risks-for-growing-business.html> (дата обращения: 30.04.2020).

15. Reward for risk: the insurance market in Russia in 2013 [Электронный ресурс] /. – Электрон. текстовые дан. – М: JSC KPMG, 2014. – URL: http://www.kpmg.com/RU/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/S_FS_3e_2013.pdf (дата обращения: 30.04.2020).

16. Тенденции рынка банкострахования: страхование при потребительском кредитовании обеспечило основной рост рынка [Электронный ресурс] /. – Электрон. текстовые дан. – М: Рейтинговое агентство «ЭКСПЕРТ РА», 2012. – Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/researches/insurance/reboot/part1> (дата обращения: 02.05.2020).

17. Insurance statistics [Электронный ресурс] /. – Электрон. текстовые дан. – Франция: OECDiLibrary, 2015. – Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/researches/insurance/reboot/part1> (дата обращения: 02.05.2020).

18. Майский Индекс активности страхового рынка России вырос до 132 пунктов [Электронный ресурс] /. – Электрон. текстовые дан. – М: Сайт

Finassist: страховой и кредитный брокер, 2015. – URL:http://finassist.ru/kompany/novosti/majskij_indeks_aktivnosti_strahovogo_rynka_rossii_vyros_do_132_punktov (дата обращения: 05.05.2020).

19. Рапницкая, Р.М. Страхование как основной метод управления хозяйственным риском [Электронный ресурс] / Р.М. Рапницкая. – Электрон. журн. – М: «Вестник МГТУ», 2011. – URL:http://vestnik.mstu.edu.ru/v09_4_n24/articles/26_rapnit.pd (дата обращения: 05.05.2020).

20. Хитрова, Е.М. Методы финансирования риска и условия их использования /Е.М. Хитрова. – Baikal Research Journal, №3. – 2013. – С.5–8

21. Косовских, Е.А. Использование метода Хаустона для оценки максимально приемлемого страхового тарифа при имущественном страховании /Е.А. Косовских, Ю.В. Трифонов. – Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, №4. – 2011. – С.216–218

22. Эффективность страхования в управлении различными рисками [Электронный ресурс] /. – Электрон. журн. – М: Рейтинговое агентство RAEX («Эксперт РА»), 2015. – URL: <http://www.raexpert.ru/rankingtable/researches/risk-insurance/tab2/> (дата обращения: 10.05.2020).

23. Россияне стали страховать свое жилье чаще [Электронный ресурс] /. – Электрон. текстовые дан. – М: портал «Полезная площадь», 2015. – Режим доступа: <http://ppl.nnov.ru/content/20414> (дата обращения: 10.05.2020).

24. Гасанов, А.К. Понятие автострахования и его правовое обеспечение /А.К. Гасанов. – Гуманитарные исследования, №1. – 2015. – С.115–121

25. Шарифьянова, З.Ф. Страхование ОСАГО /З.Ф. Шарифьянова. – Инновационная наука, №12–1. – 2015. – С. 84–86

26. Боднер, Г.Д. Современное состояние и проблемы развития ОСАГО в России /Г.Д. Боднер, Р.В. Друзин. – Научный вестник: финансы, банки, инвестиции, №3. – 2014. – С.68–77

27. Коместра – страховая группа [Электронный ресурс] /. – Электрон. текстовые дан. – URL: <http://www.komestra.tomsk.ru> (дата обращения: 16.05.2020).
28. Компания «Коместра–Томь» [Электронный ресурс] /. – Электрон. текстовые дан. – Выберу.ру, URL: <https://www.vbr.ru/strahovanie/komestratom> (дата обращения: 01.06.2020).
29. Финансовый отчёт за 2018 год [Электронный ресурс] /. – Электрон. текстовые дан. – Коместра – страховая группа, URL: <http://www.komestra.tomsk.ru/vizitka-komestry/vip-klientu> (дата обращения: 01.06.2020).
30. Инструкция по порядку применения страховых тарифов ОСАГО [Электронный ресурс] /. – Электрон. текстовые дан. – Страховой форум, 2015. – URL:<http://forum.bonus-malus.ru/topic64-instruktsiya-po-poryadku-primeneniya-strakhovykh-tarifov-osago.html>; <http://www.garant.ru/article/631150> (дата обращения: 20.05.2020).
31. Understanding factors that impact the cost of car insurance [Электронный ресурс] / Edward G Ferrell. – Электрон. текстовые дан. – США: 2011. – URL: <http://ezinearticles.com/?Understanding-Factors-That-Impact-the-Cost-of-Car-Insurance&id=6718779> (дата обращения: 20.04.2020).
32. David, F.R. What Is the Key to Effective SWOT Analysis, Including AQCD Factors /F.R. David, S.A. Creek. – SAM Advanced Management Journal, №1. – 2019. – С.25

**Приложение А
(обязательное)**

Анализ выплат страховых возмещений и поступлений страховой премии 2018–2019 годы

Вид страхования	Поступления, тыс. руб.		Изменение		Выплаты, тыс. руб.		Изменение	
	2019 год	2018 год	Абсолютное, тыс. руб.	Относи- тельное, %	2016 год	2015 год	Абсолютное, тыс. руб.	Относи- тельное, %
Добровольное страхование В том числе:	921398663	777592988	143805675	15,61	349955166	408901253	-58946087	-16,84
Личное страхование В том числе:	461547363	339561158	121986205	26,43	145024092	138134384	6889708	4,75
Страхование жизни	215740164	129714705	86025459	39,87	29982814	23687577	6295237	21
–Страхование на дожитие	0	87110410	-87110410		0	19118030	-19118030	
–Страхование ренты	0	41129730	-41129730		0	3603563	-3603563	
–Пенсионное страхование	1394025	1033099	360926	25,89	1033099	965984	67115	6,5
Страхование личное, кроме жизни	245807199	209846453	35960746	14,63	115041278	114446807	594471	0,52
–Страхование от несчастных случаев и болезней	107990780	80889483	27101297	25,1	14406956	14805485	-398529	-2,77
–ДМС	137816419	128956970	8859449	6,43	100634322	99641322	993000	0,99
Имущественное страхование В том числе:	374818638	374728616	90022	0,02	146228501	203680675	-57452174	-39,29
Страхование средств транспорта	186236070	202727926	-16491856	-8,86	105270262	156531855	-51261593	-48,7
–Автострахование (КАСКО)	170672096	187237290	-16565194	-9,71	97472694	143978689	-46505995	-47,71

–Страхование железнодорожного транспорта	1430042	1206383	223659	15,64	552031	623795	–71764	–13
–Страхование воздушного транспорта	8700507	8948072	–247565	–2,85	3169634	7934630	–4764996	–150,33
–Страхование водного транспорта	5433425	5336181	97244	1,79	4075903	3994741	81162	1,99
Страхование имущества (кроме транспорта)	29651798	28091192	1560606	5,26	7332129	5710714	1621415	22,11
–Страхование грузов	19829195	20237799	–408604	–2,06	3314634	2992144	322490	9,73
–Агро страхование	9822603	7853393	1969210	20,05	4017495	2718570	1298925	32,33
Страхование имущества юр. лиц и граждан	158930770	143909498	15021272	9,45	33626110	41438106	–7811996	–23,23
–Юр. лиц	107486307	99993967	7492340	6,97	25305342	34050052	–8744710	–34,56
–Граждан	51444463	43915531	7528932	14,64	8320768	7388054	932714	11,21
Страхование гражданской ответственности В том числе:	54894976	41042023	13852953	25,24	9282683	9519308	–236625	–2,55
Владельцев средств транспорта	13300577	12840045	460532	3,46	7184918	7121709	63209	0,88
–Автовладельцев	6831601	6388266	443335	6,49	4045731	5761823	–1716092	–42,42
–Владельцев железнодорожного транспорта	2589	164312	–161723	–6246,54	193115	129414	63701	32,99
–Владельцев авиатранспорта	3548287	3514103	34184	0,96	1729350	418235	1311115	75,82

–Владельцев водного транспорта	2918100	2773364	144736	4,96	1216722	812237	404485	33,24
Страхование ответственности (кроме владельцев средств транспорта)	41594399	28201978	13392421	32,2	2097765	2397599	–299834	–14,29
–Владельцев ОПО	1946879	1930189	16690	0,86	26870	316717	–289847	–1078,7
–Договорной ответственности	19796793	6508228	13288565	67,12	389472	407776	–18304	–4,7
–Ответственность производителей за качество	2638898	2858864	–219966	–8,34	187500	154033	33467	17,85
–Ответственность за вред третьим лицам	17211829	16904697	307132	1,78	1493923	1519073	–25150	–1,68
Страхование предпринимательских и финансовых рисков В том числе:	30137686	22261191	7876495	26,14	15793780	16128780	–335000	–2,12
Предпринимательских рисков	8903733	7819338	1084395	12,18	13947310	14389940	–442630	–3,17
Финансовых рисков	21233953	14441853	6792100	31,99	1846470	1738840	107630	5,83
Обязательное страхование (кроме ОМС) В том числе:	273452494	264318835	9133659	3,34	205335698	159082664	46253034	22,53
Обязательное личное страхование	17945078	18163184	–218106	–1,22	15874644	18163184	–2288540	–14,42
–Страхование пассажиров	0	0	0		0	1119	–1119	
–Страхование «не	705658444	647878283	57780161	8,19	286346242	343775570	–57429328	–20,06

жизни»								
Обязательное государственное страхование	17945078	18092505	-147427	-0,82	15874644	17126615	-1251971	-7,89
-Страхование сотрудников налоговых органов	0	23332	-23332		0	18610	-18610	

**Приложение Б
(справочное)**

Организационная структура АО СК «Коместра–Томь»

