

СЕКЦИЯ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

УДК 336

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ФИРМ НА РЫНКЕ СТРАХОВАНИЯ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ

Аксютин К.И., Саморукова И.А.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Гераськин М.И.

Самарский государственный аэрокосмический университет

им. акад. С.П. Королева

В связи с ростом продаж автомобилей населению возникла необходимость в страховании транспортных средств. В настоящее время на Самарском рынке автострахования действуют 67 страховых компаний. В ряду лидеров выделяются следующие страховые компании: «Росгосстрах-Самара», «Ингосстрах», «РЕСО-Гарантия», на долю которых приходится около 45% рынка.

Был проведен сравнительный анализ портфелей крупнейших страховых компаний. (Таблицы 1,2)

Таблица 1. Отношение взносов к выплатам по каждому виду страхования в 2005 году

Компании	Страхование жизни	Личное страхование	Страхование имущества	Страхование ответственности	ОСАГО
Росгосстрах-Поволжье	16,2	2,2	2,8	11,1	2,1
РЕСО-гарантия	0	11,3	1,3	1,3	1,3
Ингосстрах	0	2,7	3,7	4,3	2,3
НАСТА	0	20,6	4,1	2,3	2,3
Спасские ворота	0	3,5	5,7	6,1	1,3
Макс	0	2,8	1,6	0,7	1,95

Из таблицы 2 видно, что для компании «Росгосстрах», лидера рынка страховых услуг, наиболее прибыльным видом страхования является ОСАГО (его доля составляет 35% от прибыли компании), хотя по данным Таблицы 1 отношение взносов к выплатам по этому виду страхования является наименьшим в целом по

компании и равно 2,1. Однако сбалансированность страхового портфеля компании «Росгосстрах» (ОСАГО - 35%, страхование жизни – 34%, страхование имущества – 28% в структуре общей прибыли) является гарантом финансовой устойчивости, несмотря на потрясения на рынке ОСАГО.

Таблица 2. Прибыли компаний по отдельным видам страхования, тыс. руб., (%)

Компани	Страхование жизни	Личное страхование	Страхование имущества	Страхование ответственности	ОСАГО
Росгосстрах-Поволжье	216686 (34%)	16083 (2,5%)	180388 (28%)	1247 (0,2%)	225206 (35%)
Ингосстрах	-	6830 (7%)	59985 (62%)	3175 (3%)	27053 (28%)
НАСТА	-	15955 (23%)	47986 (67%)	159 (0,2%)	6875 (9,8%)
РЕСО-гарантия	-	1760 (3%)	10384 (19%)	117 (0,2%)	41820 (77%)
Спасские ворота	-	2438 (7%)	24651 (75%)	370 (1%)	5395 (16%)
Макс	-	1360 (6%)	11573 (55%)	-19	8281 (39%)

Компания «НАСТА» также имеет достаточно эффективный страховой портфель, учитывая тот факт, что наибольшую прибыль компания получает по тем видам страхования, взносы по которым значительно превышают выплаты. Так, доля личного страхования в прибыли компании равна 23%, в то время как отношение взносов к выплатам по данному виду страхования максимально для компании и составляет 26,6. Большую долю прибыли компании приносит второй по величине этого отношения вид страхования - страхование имущества. Среди недостатков можно выделить несбалансированность страхового портфеля, так как более половины всей прибыли, получаемой компанией, приходится на страхование имущества, в то время как прибыль от ОСАГО составляет лишь 9,8% от общей прибыли, поэтому для того, чтобы уравновесить страховой портфель компании «НАСТА», необходимо привлечение дополнительных клиентов на автострахование, доля которого в прибыли компании минимальна.

Одним из главных недостатков существующей программы страхования компании «НАСТА» является слишком ограниченный перечень условий, при которых возможно уменьшение страховой суммы. в результате чего страховой взнос в компании «НАСТА» оказывается несколько выше страхового взноса в компании «Росгосстрах», которая и была выбрана нами в качестве ориентира направления развития. (Таблица 3)

Таблица 3. Расчет страхового взноса

Тариф	Компания «Росгосстрах»		Компания «НАСТА»	
	ВАЗ 2110	Hyundai Accent	ВАЗ 2110	Hyundai Accent
	9,0%	8,5%	8,0%	8,3%
Поправочные коэффициенты	1 Коэффициент по возрасту и стажу водителя = 0,85 2 Коэффициент в зависимости от условий хранения ТС в ночное время = 0,98	1 Коэффициент по возрасту и стажу водителя = 0,85 2 Коэффициент в зависимости от условий хранения ТС в ночное время = 0,98	Нет	Нет
Расчет	Индивидуальный тариф = Базовый тариф*ПК ₁ *ПК ₂ = =9*0,85*0,98= 7,497% Страховая сумма = =(Стоимость ТС*Инд тариф)/100%= =(243000*7,497)/100= =18 217,71 руб.	Индивидуальный тариф = Базовый тариф*ПК ₁ *ПК ₂ = =8,5*0,85*0,98= 7,08% Страховая сумма = =(Стоимость ТС*Инд тариф)/100%= =(353000*7,08)/100= =24 992,4 руб.	Страховая сумма = =(Стоимость ТС*Тариф)/100%= =(243000*8)/100= =19 440 руб.	Страховая сумма = =(Стоимость ТС*Тариф)/100%= =(353000*8,3)/100= =29 299 руб.

В компании «Росгосстрах» широко используется система поправочных коэффициентов, которые снижают стоимость страховки при наличии условий, понижающих риск страховой компании при заключении договора страхования. Таким образом, используя пример «Росгосстраха» по созданию системы поправочных коэффициентов, компания «НАСТА» может добиться расширения своей клиентской базы.

Были выявлены группы пониженного риска в зависимости от возраста водителя, стажа вождения и условий хранения ТС в ночное время. Для них были рассчитаны поправочные коэффициенты. Так, например, для лиц, оставляющих свои автомобили в ночное время суток на охраняемой стоянке базовый тариф будет снижен путём умножения на понижающий коэффициент 0,95.

Были выявлены три наиболее перспективных сегмента потенциальных потребителей услуг автострахования компании «НАСТА», для которых было рассчитано количество потенциальных клиентов и емкость потенциального рынка сбыта. (Таблица 4)

За счёт введения разработанной системы поправочных коэффициентов доля потребителей, входящих во второй сегмент и предпочитающих пользоваться услугой КАСКО (r_1), увеличится примерно на 5%, так как именно для второго сегмента, в который входят лица в возрасте 30-40 лет, становятся особенно выгодны тарифы. Была перерассчитана потенциальная емкость рынка сбыта услуг

автострахования. Сделан приблизительный расчёт общей суммы страховой премии, которая составила 101 267 245 руб. (Таблица 5)

Таблица 4. Расчёт ёмкости потенциального рынка сбыта услуг автострахования

Сегменты	Показатели					Ёмкость потенциального рынка сбыта услуг Q_i
	Доля населения, входящего в сегмент	Кол-во населения, входящего в сегмент, N_i , чел.	Кол-во потенциальных клиентов C_i , чел.	Доля потребителей, предпочитающих пользоваться услугой автострахования r_i , %	Частота пользования услугой u_i , раз в год	
Сегмент 1 Граждане в возрасте от 20 до 30 лет	0,3	342 000	6754	25,0	1	1688
Сегмент 2 Граждане в возрасте от 30 до 40 лет	0,35	399 000	8180	40,0	1	3272
Сегмент 3 Граждане в возрасте от 40 до 50 лет	0,2	228 000	4916	12,0	1	590

Таблица 5. Финансовые результаты предложений

	2005г.	2007г.
Ёмкость рынка	5019	5959
Страховой тариф		
Hyundai	8,3%	$8,3\% * 0,9 * 0,85 * 0,95 = 6\%$
VAZ 2110	8%	$8\% * 0,9 * 0,85 * 0,95 = 5,8\%$
Страховая сумма		
Hyundai	29299	21293
VAZ 2110	19440	14128
Собранная страховая премия	78 127 000	101 267 245
Произведённые страховые выплаты	33 496 000	53 544 915
Прибыль	44 631 000	47 722 330
Прирост прибыли		+3 091 330

С учетом того, что соотношение взносов и выплат по КАСКО остается без изменения, была рассчитана примерная сумма страховых выплат, которая составила 53 544 915 руб. На основе полученных

данных была перерасчитана прибыль компании в сегменте автострахования. Она оказалась равной 47 722 330 руб., что превышает прибыль компании по итогам 2005 года на 7 %. Таким образом, введенная система поправочных коэффициентов позволила добиться положительного экономического эффекта в виде прироста прибыли.

УДК 336

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОДУКТЫ ЗАО «ЗАВОД САМАРАКОМПОЗИТ»

Андреева М.А., Тихонов Д.Д.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Гераськин М.И.

Самарский государственный аэрокосмический университет

им. акад. С.П. Королева

Рассматривается предприятие ЗАО «Завод Самараккомпозит», планирующее выведение на рынок полимербетонных подоконников, основываясь на имеющихся у него ресурсах.

Сравним пластиковые подоконники и подоконники из композитных материалов, так как подоконники из композитных материалов представляют собой альтернативу наиболее распространенному сегодня подоконнику из ПВХ. Это объясняется тем, что подоконники из полимербетона превышают по качеству ПВХ подоконники (в таблице 1 приведены сравнительные данные), значит, имеет смысл отнести рассматриваемый продукт к наилучшему сегменту ПВХ подоконников, которым является сегмент элит.

В таблице приведены характеристики материалов, откуда видно преимущество полимербетона по всем показателям. Из них наиболее важные для потребителя: долговечность; коэффициент теплопроводности, характеризующий, насколько подоконная конструкция удерживает тепло (прохладу) в помещении; удельная жесткость, т.е. сопротивляемости поверхности подоконника внешнему давлению; плотность, от которой зависит вес изделия, и другие. Основываясь на выше изложенном, делаем вывод, что подоконник из полимербетона имеет преимущества.