

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
Кафедра финансов, денежного обращения и кредита

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ
В ГЭК И ПРОВЕРЕНО НА ОБЪЕМ
ЗАИМСТВОВАНИЯ

И.о. заведующей кафедрой
канд. экон. наук, доцент

Е.С. Корчемкина

«18» 12 2017г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

РОЛЬ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ НА РОССИЙСКОМ ФИНАНСОВОМ
РЫНКЕ

38.04.08 Финансы и кредит

Магистерская программа «Финансовые рынки: институты, инструменты,
технологии»

Выполнил работу
студент 3 курса
заочной формы обучения

Рудамётова
Екатерина
Витальевна

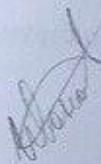
Научный руководитель
канд. экон. наук, доцент

Абышева
Анжелика
Викторовна

Рецензент
финансовый директор
ООО «Сибгазинвест»,
д-р. экон. наук

Горн
Андрей
Петрович

Работа выполнена на кафедре финансов, денежного обращения и кредита
Финансово-экономического института ТюмГУ
по направлению «Финансы и кредит»,
магистерская программа «Финансовые рынки: институты, инструменты,
технологии»



Защита в ГЭК
протокол от _____ № _____
оценка _____

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОСТОЯНИЯ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ НА РОССИЙСКОМ ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ.....	5
1.1. Страховые компании: понятие, структура, особенности работы.....	5
1.2. Современное состояние страхового рынка в России.....	10
1.3. Место страховых компаний на финансовом рынке.....	24
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РОЛИ ПАО «АЛЬФАСТРАХОВАНИЯ» НА РОССИЙСКОМ ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ.....	37
2.1. Организационная характеристика и анализ экономических показателей.....	37
2.2. Место ПАО «Альфастрахование» на финансовом рынке РФ.....	43
ГЛАВА 3. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ РОЛИ ПАО «АЛЬФАСТРАХОВАНИЯ» НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ РОССИИ.....	59
3.1. Проблемы и перспективы развития страхового рынка России.....	59
3.2. Перспективы развития ПАО «Альфастрахование» на финансовом рынке РФ.....	65
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	78
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	81
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	85

ВВЕДЕНИЕ

При рыночной экономике резко возрастает роль и значение страхования, расширяется сфера страховых услуг, что непосредственно связано с экономическими интересами населения.

Прошло уже более десяти лет с начала демонополизации страховой деятельности в России. В процессе формирования страховой рынок последовательно пережил этапы бурного роста числа страховых компаний, первичного накопления капитала, внедрения псевдостраховых схем, банкротства и ликвидации крупных и мелких страховщиков и, наконец, вступил в этап стабильного развития.

Актуальность темы обусловлена тем, что страховые организации являются одними из основных элементов экономики страны, обеспечивая возмещение убытков и стабилизируя устойчивое развитие национальной экономики и социальной сферы.

В течение последнего десятилетия в России реализованы важные меры, направленные на создание полноценного страхового рынка. Сформирована законодательная база, организован государственный надзор за страховой деятельностью, представлены налоговые льготы страховым организациям, принят закон о страховании транспортных средств. Началась поэтапная интеграция национальной страховой системы в международный страховой рынок. Сегодня рынок страхования - один из наиболее динамично развивающихся сегментов финансового рынка России. Так, по сравнению с 1998 годом один из важнейших показателей - сумма премий, привлеченных российскими страховыми компаниями, увеличилась в 2016 году вдвое, и, хотя этот показатель в десятки раз меньше, чем в ведущих западных странах, тем не менее, прогресс в этой области существенен и имеет положительную динамику.

Степень разработанности проблемы. Отдельные аспекты деятельности страховых компаний на финансовых рынках рассмотрены в работах таких

авторов, как: А.П. Архипова, Ю.Т. Ахвледиани, В.Ф. Бадюкова, Е.И. Ивашкина, Е.В. Коломина, Ф.В. Коньшина, И.Б. Котлобовского, Л.А. Мотылева, А.В. Новикова, Л.А. Орланюк-Малицкой, В.И. Рябикина, В.И. Самарухи, Ю.А. Сплетухова, К.Е. Турбиной, Т.А. Федоровой, В.В. Шахова, В.А. Щербакова, Р.Т. Юлдашева и др. В современной научной литературе большинство ученых рассматривают систему страхования лишь с позиций выполнения ею экономических функций, которые выражаются в возмещении убытков от наступления непредвиденных, случайных, неблагоприятных явлений и оказании помощи гражданам при наступлении определенных событий в их жизни.

Объектом исследования является страховая компания ПАО «Альфастрахование».

Предметом исследования являются экономические отношения страховой компании на финансовом рынке.

Целью исследования в данной работе является изучение деятельности страховых компаний на финансовых рынках, а так же разработка предложений по развитию ПАО «Альфастрахование» на финансовом рынке РФ.

Для достижения вышеуказанной цели, были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть страховые компании: понятие, структура, особенности работы;
- изучить современное состояние страхового рынка в России;
- определить место страховых компаний на финансовом рынке;
- дать организационную характеристику ПАО «Альфастрахование»;
- провести анализ экономических показателей ПАО «Альфастрахование»;
- определить место ПАО «Альфастрахование» на финансовом рынке РФ;
- выявить проблемы и перспективы развития страхового рынка России;

- определить перспективы развития ПАО «АльфаСтрахование» на финансовом рынке РФ.

Научная новизна данной работы состоит в исследовании реализации комплексного подхода к изучению страховой деятельности на финансовых рынках, одновременно охватывающий области теоретического обоснования и практической реализации рассматриваемых видов анализа, с выявлением существующих между ними связей и противоречий; разработана методика анализа финансового состояния страховой организации с использованием различных методов.

В работе использовались следующие методы исследования: библиографический, логический, сравнительно-правовой, приемы обобщения научного материала.

Теоретической и методологической основой исследования послужили разработки отечественных и зарубежных ученых в области экономики страхования.

Информационной основой исследования являются законодательные и иные правовые нормативные акты Российской Федерации; научные публикации в специализированных изданиях, информационные материалы страховых компаний; данные Росстата, Всероссийского союза страховщиков.

Данная работа состоит из трех глав, восьми параграфов, заключения, списка используемой литературы и приложения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОСТОЯНИЯ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ НА РОССИЙСКОМ ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

1.1. Страховые компании: понятие, структура, особенности работы

Страховая компания – это финансовый орган, предоставляющий страховые услуги физическим лицам, организациям различных форм собственности. Для того чтобы понять механизмы работы страховых компаний, необходимо рассмотреть принципы предоставления денежной компенсации застрахованным лицам [14, с.3].

Страхование – это способ защиты собственных интересов, благосостояния при неблагоприятном стечении обстоятельств. Вероятность наступления таких событий сравнительно невелика, но в целом достаточно реальна. Исходя из статистических данных, определяется страховой риск, страховая сумма и тариф. Компенсация ущерба наступает лишь в случае заключения договора страхования. Источником денежных средств служат резервы и фонды страховой компании (СК) [41, с.43].

Стандартная страховая компания – это обособленная организация, заключающая договоры оказания страховых услуг и их обслуживания. В нашей стране любая СК – юридическое лицо, обладающее определенным уставным капиталом и предлагающее свои услуги на основании действующего законодательства.

Обеспечение страховыми продуктами – прямая обязанность страховых компаний. Исходя из вероятного наступления событий и оценки рисков, агенты СК предлагают полисы по страхованию и гарантируют возмещение ущерба при неблагоприятном стечении обстоятельств.

Разумеется, как и любая коммерческая структура, цель компании направлена на получение прибыли. Но особый род деятельности позволяет скапливать на счетах огромные суммы денег, которыми по праву может

распоряжаться страховая компания. Это финансовое великолепие может предоставляться другим коммерческим организациям на условиях кредитования. Условия таких инвестиций регулируются национальным страховым законодательством и финансовыми органами. В РФ это Министерство финансов и Центробанк.

Классификация страховых компаний достаточно разнообразна. К примеру, страховые компании Москвы в своих уставных документах определяют себя как предприятия, находящиеся в государственной, частной или муниципальной собственности. Различаются подобные организации и по характеру предоставляемых услуг. Есть узко специализирующиеся предприятия, сделавшие себе бизнес на оказании нескольких страховых услуг, например, автострахование.

Существуют многопрофильные СК, которые могут застраховать все и от всего. Есть перестраховочные СК и негосударственные пенсионные фонды, тоже, кстати, относящиеся к страховым организациям. Различаются СК и по зоне обслуживания, в которой они предлагают страхование. Страховой компании необходимы покупатели полисов - ведь чем больше взносов соберут агенты, тем быстрее увеличится прибыль компании. СК действуют на определенной территории, открывая филиалы и представительства. Географически такие предприятия делятся на [22, с.27]:

- локальные – предлагают полисы страхования в отдельной области или районе;
- региональные – имеют представительства в нескольких областях, автономных центрах;
- национальные – действуют на всей территории страны;
- международные – имеют представительства или филиалы в других государствах.

Предметом непосредственной деятельности страховщиков не могут быть производственная, торгово-посредническая и банковская деятельность.

Законодательными актами Российской Федерации могут устанавливаться ограничения при создании иностранными юридическими лицами и иностранными гражданами страховых организаций на территории Российской Федерации. Юридические лица, не отвечающие требованиям, предусмотренным законодательством о страховании, не вправе заниматься страховой деятельностью.

Страховые компании составляют основу институциональной структуры страхового рынка. С финансовой точки зрения они являются формой выражения, существования страхового фонда. Страховые компании подразделяются [25, с.65]:

- по форме собственности (принадлежности) - на частные и публично-правовые, акционерные (корпоративные), взаимные, государственные;
- по характеру выполняемых операций - на специализированные (страхование жизни, медицинское и иные виды страхования), универсальные и перестраховочные;
- по зоне обслуживания - на местные, региональные, национальные и международные (транснациональные);
- по величине уставного капитала и объему поступления страховых платежей, а также другим технико-экономическим показателям, определяющим их место на страховом рынке, - на крупные, средние и мелкие.

Страховая компания может включать кроме головного офиса (дирекции) различные по уровню самостоятельности и совершаемым операциям подразделения, в том числе дочерние компании.

Представительство страховой компании занимается, как правило, рекламой, репрезентативными функциями, поиском клиентов в интересах страховщика в данном регионе или в другой стране, но не ведет коммерческую деятельность.

Агентству страховой компании разрешено выполнять все функции представительства и определенные страховые операции - заключение и обслуживание договоров страхования.

Филиал страховой компании является обособленным подразделением страховщика без права юридического лица. Он проводит все операции страхования в пределах предоставленных ему полномочий. Результаты работы филиала отражаются в консолидированном балансе страховой компании.

Государственная страховая компания - публично-правовая форма организации страхового фонда, основанная государством. Организация государственных страховых компаний осуществляется путем их учреждения со стороны государства или национализации акционерных страховых компаний и обращения их имущества в государственную собственность. Создание государственных страховых компаний является одной из крайних форм регулирования государством деятельности страхового рынка [19, с.54].

Частные страховые компании принадлежат одному владельцу или его семье. Уникальной формой объединения частных страховщиков служит английская корпорация «Ллойд» («Lloyds» или «Lloyds of London»). Каждый страховщик, именуемый в практике «Ллойда» андеррайтером, принимает страхование на свой риск исходя из собственных финансовых возможностей. «Ллойд» как организация не несет юридической ответственности по претензиям, которые могут быть предъявлены к индивидуальным страховщикам в результате их страховой деятельности [19, с.54].

Кэптив (captive) - страховая компания, обслуживающая целиком или преимущественно корпоративные страховые интересы учредителей, а также самостоятельно хозяйствующих субъектов, входящих в структуру многопрофильных концернов или крупных финансово-промышленных групп [14, с.4].

Негосударственный пенсионный фонд - особая форма организации личного страхования, гарантирующая рентные выплаты страхователям по

достижении ими определенного (обычно пенсионного) возраста. Эти фонды в странах с развитой рыночной экономикой являются не только источником существенных инвестиций, но и неотъемлемым элементом системы «встроенных стабилизаторов», сглаживающих влияние экономических циклов на социальную сферу [17, с.85].

Страховая деятельность реализуется, прежде всего, через своих субъектов (страхователей, страховщиков, посредников), вступающих в отношения между собой и с окружающим миром. Эти отношения регулируются с помощью законов, обычаев делового оборота, общественного мнения. С точки зрения организации предпринимательства страховую компанию, как и любую другую, можно рассматривать как социотехническую систему, в которой люди используют, в целях предпринимательства, определенную технологию.

Организация страховой деятельности, как и мотивация персонала страховой компании, для достижения целей своей деятельности должны соответствовать не только экономической стороне этой деятельности, но и её философским принципам. Соблюдение этих принципов гарантирует успех и благополучие во взаимоотношениях персонала и в итоге обеспечивает эффективное развитие. Несоблюдение ведет к развитию конфликтов между администрацией и сотрудниками, между персоналом и клиентами, снижает имидж компании, а в дальнейшем может привести к разорению, поскольку сотрудники организации - её главное богатство.

Внутренняя структура страховой компании представлена в приложении 1.

В настоящее время в своем большинстве страховые компании — акционерные общества открытого или закрытого типа.

Акционерное страховое общество — юридическое лицо, имеющее устав, в котором определены цели общества, размер уставного капитала, порядок управления делами.

Высший орган управления страховой компании — общее собрание акционеров, проводимое, как правило, один раз в год, текущими делами

руководит правление или совет директоров. Проверку оперативно-финансовой деятельности осуществляет ревизионная комиссия, избираемая на общем собрании акционеров.

В исключительную компетентность акционерного собрания входят:

- определение стратегических направлений работы страховой компании;
- утверждение регламентирующих документов;
- избрание правления;
- избрание наблюдательного совета;
- в случае необходимости принимает решение о ликвидации страхового общества.

Приступая к организации страховой компании, нужно четко представлять начинаемое дело, рассчитанное на длительную перспективу. Для этого необходимо поставить перед собой вопросы [29, с.43]:

- какие страховые интересы намерены удовлетворить;
- каких клиентов намерены обслуживать;
- как намерены это осуществлять.

Ответы на эти вопросы фактически определяют деловую стратегию страховщика. Одновременно необходимо:

- определение стратегии деятельности и создание команды единомышленников;
- формирование имиджа фирмы в глазах общественности и деловых кругов.

В состав страховой компании могут входить филиалы, имеющие юридический статус, а также представительства, агентства и отделения, не обладающие самостоятельностью.

В страховую систему могут входить [29, с.44]:

- общества взаимного страхования (ОВС), создающиеся на основе централизации средств посредством нового участия его членов. Участник ОВС одновременно выступает и страховщиком, и страхователем;
- концерны — объединение предприятий, включая страховое общество, осуществляющих совместную деятельность на основе добровольной централизации функций инвестиционной, финансовой и страховой деятельности;
- холдинг страховой — страховая компания, ограничивающая свою деятельность приобретением акций других страховых компаний и таким образом осуществляющая общее руководство ими;
- страховой пул — объединение страховых компаний для совместного страхования определенных рисков; создается при приеме на страхование опасных, крупных или малоизвестных и новых рисков.

Таким образом, страховые компании - это финансовые посредники, которые специализируются на предоставлении страховых услуг. Их деятельность состоит в формировании на основании договоров с юридическими и физическими лицами (через продажу страховых полисов) специальных денежных фондов, из которых осуществляются выплаты страхователям денежных средств в обусловленных размерах в случае наступления определенных событий (страховых случаев).

1.2. Современное состояние страхового рынка в России

Анализ развития страхового рынка России показал, что замедление роста российской экономики сказалось и на страховом секторе. Так, в 2013 году соотношение страховых премий и ВВП составило 1,39% против 1,3% в 2012 году, но темп роста премий (8,5%) оказался ниже уровня инфляции (11,36%). Объем премий увеличился до 987,78 млрд. рублей, но годовой темп роста премий снизился с 11% до 8,5% [42].

Таблица 1.1

Показатели развития страхового рынка в Российской Федерации
за 2012-2013 гг.

Виды страхования	2012 г.		2013 г.		Уровень страховых выплат, %	
	Премии, млрд. руб.	Выплаты, млрд. руб.	Премии, млрд. руб.	Выплаты, млрд. руб.	2013	2014
Добровольные:						
Страхование жизни	84,89	12,33	108,53	14,23	14,52	13,11
Личное страхование (кроме страхования жизни)	208,73	103,14	219,58	110,49	49,41	50,32
Страхование имущества	393,82	201,73	420,41	224,51	51,22	53,40
Страхование гражданской ответственности	29,75	7,14	37,85	10,30	24	27,21
Страхование предпринимательских и финансовых рисков	21,95	1,66	22,56	3,54	7,56	15,69
Обязательные (кроме ОМС):						
Личное страхование	18,54	16,75	17,64	17,91	90,35	101,53
Страхование гражданской ответственности:	143,52	77,76	157,57	90,57	54,18	57,48
страхование гражданской ответственности владельцев опасного объекта	9,18	0,28	6,65	0,26	3,05	3,91
Иные виды обязательного страхования	3,67	0,25	3,64	0,71	6,81	19,51
ИТОГО по добровольным и обязательным видам страхования (кроме ОМС)	904,87	420,76	987,78	472,26	46,50	47,81

Источник: [42]

На страховом рынке стабильно преобладает добровольное страхование, доля которого в сумме страховой премии составила в 2012-2013 гг. 81,7-81,9%. Наибольшая доля в добровольном страховании приходится на страхование

имущества, которое характеризуется высоким показателем уровня выплат - около 52% к уровню премий. В обязательных видах страхования преобладает страхование гражданской ответственности, доля которого в сумме страховых премий в среднем составляет 16% (в состав которого входит страхование гражданской ответственности владельцев опасного объекта около 1%). Страхование предпринимательских и финансовых рисков является не очень востребованным со стороны страхователей, но для страховщиков - самым рентабельным.

Соотношение страховых выплат и премий в среднем за рассматриваемый период превысило 100% (по личному страхованию - 101,53). Из этого следует, что личное страхование является самым убыточным для страховщиков. Также критические значения среднего уровня выплат в добровольные страхования имущества (52,3%) и в обязательном страховании гражданской ответственности (55,8%).

Сохранилась тенденция превышения темпа роста выплат над темпом роста премий.

Количество страховых компаний в 2013 году уменьшилось на 20 компаний, причем 2 из них сдали лицензии в связи с присоединением к другим организациям. Если в прошлые годы отзывались лицензии в основном у страховщиков с низкой капитализацией, то в 2013 году - у 8 компаний с капиталом менее 150 млн. рублей и у 7 - с капиталом свыше 480 млн. рублей. Только 3 общества с отзывными лицензиями входили в первую сотню компаний. Самым крупным страховщиком, закончившим деятельность в 2013 году, стало ЗАО «Евросиб-Страхование» с долей рынка ~0,1%. В итоге на рынке на 31.12.2013 г. осталось 404 страховых и перестраховочных компании. По данным ЦБ РФ, совокупный уставный капитал российских страховщиков составляет 219,94 млрд. рублей (на 31.12.2012 г. - 210,4 млрд. рублей), средний размер уставного капитала - 544,41 млн. рублей (на 31.12.2012 г. - 500,88 млн. рублей) [42].

Структура страховых премий по каналам продаж в 2013 году аналогична структуре 2012 года, где ведущую роль играют продажи через агентов и кредитные организации, а также прямые продажи без участия посредников. В 2013 года проявилась еще одна тенденция - компании отказываются от агентского канала продаж в сегменте страхования жизни, ограничившись продажами через банки или напрямую в страховых организациях.

Что касается урегулирования убытков, то в 2013 году страховые компании продолжили работать над снижением судебных расходов и повышением качества урегулирования убытков. Доля отказов по отношению к числу урегулированных страховых случаев в 2013 году по сравнению с 2012 годом по всем видам страхования практически не изменилась и составила 1,4%. Наибольшее сокращение доли отказов отмечается в сегменте страхования грузов (с 23,7% за 2011 год до 17,4% за 2012 год и 14,7% за 2013 год) и ДСАГО (с 11,8% за 2011 год до 7,4% за 2013 год). Увеличение доли отказов отмечается в таких активно растущих сегментах рынка как страхование имущества физических (с 7,8% за 2012 год и 9,2% за 2013 год) и юридических (с 12,7% за 2011 год до 14,6% за 2012 год и 17,2% за 2013 год) лиц [42].

Результаты 2016 года нестандартны для страховой отрасли: несмотря на стагнацию экономики, страховой рынок вырос на 15,3%. Темп роста премий превысил уровень инфляции (5,4%), количество договоров увеличилось на 24 миллиона. Драйвером роста среди страховых продуктов стало инвестиционное страхование жизни, а среди каналов продаж - банковский. Помимо страхования жизни активно развиваются страхование от несчастных случаев, страхование имущества граждан, страхование финансовых рисков [42].

Все добровольные виды страхования, кроме автокаско, авиакаско и страхования грузов, показали положительную динамику. Автокаско наиболее остро отреагировало на ситуацию в экономике: объем премий сокращается уже второй год подряд и по темпу их падения этот вид стал антилидером рынка.

Реформа ОСАГО продолжается: создание «единого агента» помогло упростить покупку полиса в токсичных регионах. Рост премий по ОСАГО ожидаемо замедлился в первой половине года и перешел в зону отрицательных значений во 2 полугодии на фоне взрывного роста выплат. Проблема роста убыточности усугубляется с каждым кварталом. Коэффициент выплат уже в 3 квартале достиг критических значений в 72%, а в четвертом - вырос до 73,66%.

Увеличение тарифов по ОСАГО без решения проблемы с автоюристами привело к целому ряду негативных последствий: часть страхователей отказалась от заключения договора, а дополнительно полученные средства уходят на судебные выплаты. Одновременное с тарифами повышение лимитов сыграло на руку «серым автоюристам»: для них появилась возможность увеличить в несколько раз размер возмещения.

Невозможность урегулирования проблем экономическими методами привела к решению нескольких крупнейших страховщиков отказаться от лицензии на ОСАГО. А лидер сегмента - ПАО «Росгосстрах» на фоне существенного сокращения доли рынка показывает серьезные убытки.

В 4 квартале начала работу Российская национальная перестраховочная компания. Поскольку предусмотрена обязательная 10%-ная цессия, расклад сил на перестраховочном рынке в 2017 году существенно изменится.

Консолидация рынка усиливается за пределами первой десятки, в том числе за счет ухода с рынка некрупных страховщиков. 2016 год последним годом работы для 73 страховых компаний. Если в начале года в «красной зоне», по мнению регулятора, находились около 140 страховщиков, то к концу года таких осталось около 20. Практически все ушедшие с рынка компании находились за пределами ТОП-50 [42].

Внимание регулятора в 2017 году помимо качества активов будет сосредоточено на соответствии обязательств и активов, достаточности страховых резервов, бизнес-планах. Центральный Банк переходит к риск-ориентированному надзору. Также начинается реализация новой модели

надзора- поведенческого, предполагающего разделение на группы риска в зависимости от жалоб клиентов.

Факторами давления на страховой бизнес в 2017 году будут увеличение убыточности по ОСАГО, рост мошенничества, операционные риски в связи с переходом на новый план счетов. Новые требования к размеру уставного капитала, сокращение инвестиционного дохода, усиления надзора приведут к дальнейшему сокращению числа страховых организаций. К концу 2017 года количество страховых компаний вряд ли превысит 200 даже с учетом медицинских страховщиков.

Основной задачей 2017 года видится сдвиг в лучшую сторону ситуации с ОСАГО. Пока все нововведения к желаемому результату не привели.

Количество страховых компаний в 2016 году уменьшилось на 73 (в том числе на 8 компании, занимающихся медицинским страхованием и 3 специализированных перестраховщика). Как и в прошлом году, большинство отзывов лицензий связано с претензиями Центрального Банка к качеству активов. При этом увеличилось число компаний, добровольно отказавшихся от лицензий в связи с передачей портфеля и присоединением к другой страховой организации (приложение 3) [42].

С рынка ушли 13 компаний из ТОП-100. Самыми крупными из них были ООО «Страховая группа «МСК» (присоединена к ООО СК «ВТБ Страхование»), ООО СК «Независимость» и ООО «Инвестиции и финансы». Совокупная доля покинувших рынок компаний составила 3,5%. В итоге на рынке на 31.12.2016 г. осталось 251 страховая и 5 специализированных перестраховочных компаний, зарегистрированных в 41 субъекте РФ. Продолжается процесс укрупнения страховых компаний: и по размеру уставного капитала, и по объему премий. Мелкие страховщики становятся неконкурентоспособными. По данным ЦБ РФ, совокупный уставный капитал российских страховщиков составляет 216,5 млрд. рублей (на 31.12.2015 г.

-189,2 млрд. рублей). Средний размер уставного капитала вырос за год с 566 до 842 млн. рублей [42].

В 2016 году 21 компания увеличила уставные капиталы (в том числе лидеры рынка ПАО «Росгосстрах» и АО «СОГАЗ» - более чем на 9 млрд. рублей каждая), 4 - уменьшили. Максимальному сокращению подвергся капитал ООО «Проминстрах» - на 623,3 млн. рублей.

В 2016 году продолжались сделки слияний-поглощений. АО «СОГАЗ» успешно интегрировало бизнес АО «СО «ЖАСО», ООО «СК «ВТБ Страхование» - ООО «СГ «МСК» и АО «Москва Ре». В конце года объявлено о покупке ПАО «Росгосстрах» Финансовой корпорацией «Открытие». Кроме того, несколько медицинских страховых организаций перешли под контроль новых собственников (ООО «АльфаСтрахование-ОМС» приобрело ЗАО «Югория Мед», АО «ВТБ Медицинское страхование» - ОАО «СК «РОСНО-МС»).

Тенденция роста концентрации сохранилась в отношении компаний выше ТОП-10. Темп роста премий у первых 10 страховщиков оказался ниже, чем в среднем по рынку. Причиной стало резкое (на 17,4%) сокращение премий ПАО «Росгосстрах». По компаниям ТОП-100 концентрация рынка достигла максимальных значений за последние 6 лет (приложение 4).

Наилучшую динамику показали страховщики второй десятки (+30,4%) и компании, занимающие с 21 по 50 место (+29,83%), что обусловлено наличием в их составе 5 и 8 страховщиков жизни соответственно, темп роста премий которых значительно превышает среднерыночный. Компании, занимающие с 51 по 100 место, выросли только на 8,56%.

Усиление концентрации наблюдается по всем видам, кроме страхования предпринимательских рисков. Это касается как сегментов с максимальной концентрацией (страхование железнодорожного, воздушного и водного транспорта, страхование жизни), так и с минимальной (страхование от несчастных случаев, страхование ответственности, страхование грузов).

2016 год оказался довольно удачным для страховщиков по объему бизнеса. Объем премий вырос на 15,3%, показав лучший результат за последние 4 года. Впервые с 2010 года объем выплат показал отрицательную динамику.

В лучшую сторону изменилось и соотношение между темпом роста премий и выплат. Если в предыдущие годы темп роста премий отставал от темпа роста выплат, а разрыв достиг максимума в 2015 году, то в 2016 году выплаты показали отрицательную динамику на фоне значительного роста премий. Следует отметить, что ситуация в целом по рынку показывает лишь «среднюю температуру», так как рост премий обеспечен в основном страхованием жизни. В то же время у многих non-life компаний темп роста выплат превышает темп роста премий.

Таблица 1.2

Динамика страховых премий

	Страховые премии (млрд. руб.)	Темп роста премий (%)	Страховые выплаты (млрд. руб.)	Темп изменения выплат (%)	Коэффициент выплат, %
2014 год	987,77	8,5	472,27	11,4	47,81
2015 год	1023,82	3,3	509,22	7,1	49,73
2016 год	1180,63	15,3	505,8	-0,67	42,84

Источник: [42]

Темп роста премий по страхованию жизни оказался самым высоким за последние 6 лет (60,5% в 2013 году, 27,9% в 2014 году, 19,1% в 2015 году, 66,3% в 2016 году), а драйвером роста осталось инвестиционное страхование благодаря снижению ставок по депозитам (приложение 5) [42].

В сегменте работают 35 компаний (годом ранее их было 38), 3 из них не заключают новые договоры страхования. Концентрация продолжает усиливаться и остается самой высокой по сравнению с другими видами добровольного личного страхования. Лидерами среди life- страховщиков

являются ООО «СК «Сбербанк Страхование жизни», ООО СК «Росгосстрах-Жизнь» и ООО «АльфаСтрахование-Жизнь».

В следующем году страхование жизни займет наибольшую долю рынка, темп прироста премий сохранится на высоком уровне (но примерно в 2 раза ниже значений 2016 года) в основном за счет инвестиционного страхования. Объем премий по накопительному страхованию также вырастет на 15-20%. Лидером life-сегмента останется СК «Сбербанк Страхование жизни».

Рынок автокаско последние 2 года сжимается: объем премий сократился на 31 млрд. рублей в 2015 году и еще на 16,6 млрд. рублей - в 2016. Причинами стали снижение продаж новых автомобилей, ухудшение реальных доходов населения. Введение более дешевых продуктов с франшизой дало определенный эффект: если в 2015 году от заключения/продления договора отказались 1,3 млн. страхователей, то в 2016 году - только 194 тысячи.

Негативные ожидания страховщиков оправдались в части роста средней выплаты, однако в целом убыточность сократилась. Коэффициент выплат составил 57,1% (в 2015 году - 76,9%). Это произошло в основном благодаря росту тарифов в прошлом году. У 67 страховщиков из 126, занимающихся автокаско, коэффициент выплат превышает среднерыночный уровень, у 25 из них - 100% (в 2015 году таких компаний было 72 и 42 соответственно).

В 2017 маятник качнется в другую сторону: после снижения тарифов в 2016 убыточность будет выше. Тем не менее этот вид останется прибыльным для большинства автостраховщиков.

Третий год подряд хорошую динамику показывает страхование имущества граждан - + 29,4% в 2014 году, + 13,7% в 2015 году, +17,1% в 2016 году. Количество договоров выросло на 11 миллионов - это лучший показатель в новейшей страховой истории.

Развитие сегмента шло за счет всех направлений: ипотечного страхования, коробочных некредитных продуктов. Ипотечное страхование, в свою очередь, активно росло благодаря госпрограмме субсидирования

ипотечных кредитов. Коробочные продукты продаются хорошо, и способствуют этому невысокая стоимость полиса, отсутствие необходимости предстрахового осмотра.

За год премии увеличились с 43,9 до 51,4 млрд. рублей, из них 2,4 млрд. пришлось на банковский канал, 1,2 млрд. рублей - на агентов - физических лиц. И хотя по-прежнему основным каналом продаж является агентский, банковский канал развивается более высокими темпами.

В сегменте добровольного страхования ответственности премии выросли по всем видам страхования, кроме страхования ответственности владельцев наземного и железнодорожного транспорта, а также ответственности за причинение вреда вследствие недостатков товаров, работ, услуг.

Реформа ОСАГО обернулась для страховщиков темной стороной: если в прошлом году рост объема премий по ОСАГО позволил снивелировать падение премий по добровольным видам, то в 2016 году страховщики столкнулись с резким ростом выплат.

Увеличение тарифов дало и еще один негативный эффект: часть автовладельцев перестали покупать полисы. Количество договоров страхования сократилось на 3 млн. в 2015 году и еще на 1,4 млн. в 2016.

Реформа ОСАГО затронула и систему продажи полисов: с августа в «токсичных» регионах действует «единый агент» РСА. Первоначально в число токсичных входили только 3 региона, но их число быстро увеличилось до 16 к концу года.

Количество компаний, работающих в этом сегменте, уменьшилось в 1,5 раза за 2 года: в 2014 году их было 99, на конец 2016 осталось 72. Лидер сегмента ПАО «Росгосстрах» стремительно сокращает свое присутствие: в 2016 году заключено на 6 млн. договоров меньше, рыночная доля снизилась с 35,2% до 23,5%. Остальные компании из ТОП-10, кроме АО СГ Уралсиб, увеличили количество клиентов по ОСАГО.

Доля договоров, заключаемых через посредников, в 2016 году по сравнению с прошлым годом выросла на 2,6 п.п. (70,2% против 67,6%).

Структура каналов продаж по сравнению с прошлым годом изменилась за счет резкого роста банковского канала, который обеспечил 80% прироста премий, полученных через посредников.

Сохранилось разделение видов страхования по каналам продаж. Без участия посредников заключается более половины договоров по страхованию воздушного и водного транспорта, имущества юридических лиц, ДМС, предпринимательских рисков, ОСОПО. В 2016 году с 50% до 64% выросла доля прямых продаж в сегменте сельскохозяйственного страхования, что объясняется «чисткой рядов» сельскохозяйственных страховщиков.

В сегментах страхования жизни и имущества физических лиц более 90% премий собирается через посредников.

Банки активно продают как кредитные, так и некредитные страховые продукты. Рост объемов кредитования и активность банков в отношении продаж полисов страхования жизни, имущества, финансовых рисков положительно влияет на динамику премий.

На долю кредитных организаций приходится 84% премий по договорам страхования жизни, 61,5% - страхования финансовых рисков, 53% - страхования от несчастных случаев, 32,6% - имущества физических лиц (приложение 6) [42].

Ставки комиссионного вознаграждения в среднем по рынку по сравнению с прошлым годом выросли. Максимальное КВ выплачивается по страхованию ответственности за причинение вреда- 44,6% (это касается в основном страхования ответственности застройщиков) и страхованию жизни заемщиков (41,4%). Размер комиссии по страхованию жизни уменьшился с 26,5% до 19,1%.

Самым дешевым из массовых каналов продаж являются продажи через другие страховые организации. Так как таким образом продаются в основном

полисы страхования жизни компаний, входящих в одну группу, и ОСАГО, КВ составляет менее 10%.

Таблица 1.3

Основные показатели ТОП-10 страховщиков автокаско за 2016 год

	Объем преми й, тыс. руб.	Доля премий в портфеле ,%	Рын. доля, %	Средняя премия, руб.	Объем тыс. руб.	Коэф. выпла т, %	Средняя выплата, руб.	Доля премий получ. посред. %	% КВ
ИНГОССТРАХ	28 927 119	33,39%	16,95%	63 961	14 034 701	48,52 %	57 360	88,13%	20,25 %
РЕСО- ГАРАНТИЯ	28 041 569	31,74%	16,43%	62 419	13 790 925	49,18 %	76 741	97,30%	23,09 %
РОСГОССТРАХ	22 990 292	18,67%	13,47%	41 384	12 771 820	55,55 %	74 804	84,38%	14,57 %
ВСК	13 706 586	25,52%	8,03%	56 708	7 167 212	52,29 %	92 967	90,96%	22,30 %
СОГЛАСИЕ	13 562 229	40,84%	7,95%	59 611	10 606 471	78,21 %	84 531	72,80%	27,23 %
АЛЬФАСТРАХО ВАНИЕ	13 552 156	21,59%	7,94%	78 351	8 046 548	59,37 %	92 915	86,54%	18,66 %
ГРУППА РЕНЕССАНС СТРАХОВАНИЕ	8 417 571	36,66%	4,93%	56 122	5 293 910	62,89 %	75 483	71,44%	21,83 %
СОГАЗ	7 374 105	5,16%	4,32%	78 481	3 200 673	43,40 %	76 987	21,55%	28,75 %
ЭРГО	4 086 346	62,16%	2,39%	71 310	2 226 663	54,49 %	108 390	95,98%	20,05 %
ЭНЕРГОГАРАНТ	2 941 260	25,06%	1,72%	102 698	1 596 727	54,29 %	89 901	85,69%	25,21 %

Источник: [42]

Банковский канал остается самым дорогим для страховщиков: при среднерыночном % комиссии около 21% банки получают ~27%. В 2016 году кредитные организации получили от страховщиков 77,4 млрд рублей против 52 млрд рублей в прошлом году. По страхованию от несчастных случаев вознаграждение банкам составляет около 44,2% (в среднем по рынку - 40%), по страхованию имущества граждан - ~43,8% (в среднем по рынку - 36,2%).

Востребованность этого канала у страховщиков достаточно высокая, что объясняется доступностью целевой аудитории, хорошей квалификацией персонала, низкой убыточностью по продаваемым через банки продуктам.

Агенты - физические лица сосредоточены в основном на автостраховании (60%), теряя позиции в страховании имущества граждан и страховании от несчастных случаев.

Страховой рынок стоит на пороге технологической революции. Объем интернет-продаж за 3 года вырос более чем в 3 раза, и если прибавка в 2015 году составила всего 363 млн. рублей, то в 2016 - уже 2,3 млрд рублей. Активное развитие этот канал получил после введения е-полиса ОСАГО. Поскольку с 2017 года это обязательная опция, ожидается стремительный рост продаж электронных полисов.

1.3. Место страховых компаний на финансовом рынке

Финансовый рынок – это налаженная система торговли самими деньгами и их эквивалентом, через которую происходит постоянное движение денежных ресурсов между инвесторами, государством, предприятиями и прочими участниками[40, с.73].

Благодаря целому спектру различных интересов, на рынке можно выявить и разбить на составляющие многообразные типы взаимоотношений.

Одной из важных характеристик нашего века является потребность в таком понятии, как своевременность.

Как известно, спрос рождает предложение, и гибкий финансовый рынок вовремя снабжает деньгами того, кто в них нуждается и готов заплатить за деньги больше, чем они того стоят, в силу острой в них нужды или в надежде на многократное увеличение дохода в будущем.

С понятием финансового рынка неразрывно связаны финансовые инструменты.

Таблица 1.4

Структура финансового рынка

Вид рынка	Суть	Пример
Кредитный рынок	Так называется экономическое пространство, где свободные средства переходят к тем, кто в них остро нуждается, от тех, кто готов их предоставить на выгодных для себя условиях. Основная цель сделок в этом сегменте – получить выгоду с процентной ставки.	Например, когда гражданин оформляет ипотеку через банк. Банк выплачивает заявителю всю сумму сразу на покупку, что обязывает покупателя вернуть её же плюс проценты по программе кредитования
Валютный рынок (рынок Forex)	Обеспечивает международный платёжный оборот. Связывает участников мирового рынка. Товаром здесь служит сама валюта, то есть денежные единицы разных стран. Валютный курс определяется соотношением спроса и предложения по конкретной валюте	Покупка или продажа валютных средств клиентом банка по заявленному банком курсу. Законодательство РФ запрещает проводить такие операции, минуя банки
Фондовый рынок	Представляет собой отдельную экономико-правовую структуру, где выпускаются, находятся в обращении и продаются ценные бумаги (отсюда другое название – рынок ценных бумаг). К ним относятся вексель, чек, облигация, фьючерс, опцион, акция и другие.	Приобретение акций Газпрома с целью дождаться, когда они вырастут в цене, и снова продать с извлечением прибыли
Инвестиционный рынок	Чаще всего имеются в виду долгосрочные проекты и капиталовложения. Помимо денежных средств, могут инвестировать в движимое и недвижимое имущество, право пользования землей, объекты авторского права	Компания выпускает акции с целью привлечь финансы в развитие нового направления производства, на которое у нее не хватает наличных средств. Другая компания или частные лица покупают их.
Страховой рынок	Форма управления денежными отношениями, в центре которых – страховая защита. Страхование может подлежать сама жизнь, трудоспособность, здоровье, предпринимательские риски	Предприятие через страховую компанию может застраховать себя от простоя производства. Например, в связи с пожаром или стихийным бедствием
Рынок золота	Розничные и оптовые сделки с золотыми слитками	Золото может использоваться в том числе для международных расчетов

Источник: [14, с.7]

Финансовый инструмент – любой контракт, по которому происходит одновременное увеличение финансовых активов одного предприятия и финансовых обязательств другого предприятия, или это различные формы кратко - и долгосрочного инвестирования, торговля которыми осуществляется на финансовом рынке [40, с.25].

Участники финансового рынка – это банки, международные валютно-кредитные и финансовые организации, брокерские фирмы, страховые и инвестиционные компании и фонды, валютные и фондовые биржи, внешнеторговые и производственные компании [24, с.63].

Какую бы роль ни играл участник на финансовом рынке, его главной целью является извлечение выгоды для себя.

Если не брать в расчет какого-нибудь убежденного инвестора, вкладывающего средства в отечественную космонавтику исключительно ради гордости за достижения своей страны, эта выгода носит материальный характер. Рассмотрим, кто эти люди и как они зарабатывают на движении капитала. Благодаря целому спектру различных интересов, на рынке можно выявить и разбить на составляющие многообразные типы взаимоотношений.

Одной из важных характеристик нашего века является потребность в таком понятии, как своевременность.

Как известно, спрос рождает предложение, и гибкий финансовый рынок вовремя снабжает деньгами того, кто в них нуждается и готов заплатить за деньги больше, чем они того стоят, в силу острой в них нужды или в надежде на многократное увеличение дохода в будущем.

С понятием финансового рынка неразрывно связаны финансовые инструменты.

На финансовом рынке существует две большие категории:

1.Продавцы и покупатели (объединены, так как одно лицо может быть попеременно обоими).

2.Посредники.

Первая категория действует в собственных интересах и с использованием своих капиталов. С ней тесно связано понятие трейдер и трейдинг. Учитывая сложность финансового рынка, он нуждается в некоторой прослойке в виде посредников, в задачу которых входит быть связующим звеном между продавцом и покупателем. Он может просто давать консультации покупателю либо брать на себя задачи по купле-продаже, являясь его официальным представителем.

Этот список можно видоизменить в зависимости от вида рынка. Например, в страховой сфере выделяют страхователей и страховщиков, в кредитной – кредиторов и заемщиков, в фондовой – эмитентов (тех, кто выпускает ценные бумаги) и инвесторов.

При слове трейдер представляется человек, сидящий перед несколькими мониторами и внимательно следящий за изменениями графиков и схем. Это действительно так, ведь современный «торговец» больше не сидит в яме на бирже, перед его глазами благодаря интернет-платформам предстает вся необходимая информация для заключения сделок. Трейдер внимательно отслеживает изменения курса валют, акций или других ценных бумаг, читает новости. Он должен быть очень дисциплинирован, чтобы иметь терпение дождаться выгодной котировки. Таким образом, его работа состоит из двух частей: он внимательно анализирует и затем совершает сделку [24, с.64].

Трейдеры бывают профессионалами и любителями. Профессионалы отличаются специализированным образованием и постоянным местом работы в брокерских фирмах, банках или аналитических центрах. Они обязаны иметь лицензию на соответствующую деятельность, которая в настоящее время выдается ЦБ России. Это очень ответственная работа, ведь намеренный или случайный провал трейдера может грозить фирме колоссальными убытками. История знает несколько таких случаев. Например, в 2011 году швейцарский банк UBS потерял более двух миллиардов долларов из-за несанкционированных действий своего трейдера Квеку Адоболи [20, с.193].

Существует несколько разновидностей трейдеров: арбитражеры, инвесторы, спекулянты, хеджеры. Специфика их деятельности определяется теми целями, которые они ставят перед собой при осуществлении сделок. В будущем мы посвятим трейдерам отдельную статью.

Трейдеры-любители составляют уже целую армию желающих разбогатеть на торговле финансовыми инструментами. Для этого не нужно обладать каким-либо образованием, для старта достаточно нескольких тысяч рублей и желания осваивать новую сферу деятельности. Обычно начинающие трейдеры обращаются за консультацией к коллегам-профессионалам или пользуются услугами посредников-брокеров.

Брокеры – юридические лица, которые представляют интересы своих клиентов за комиссионное вознаграждение – то есть это финансовые посредники [16, с.22].

Брокерам также нужна лицензия от Центрального Банка РФ для осуществления купли-продажи ценных бумаг.

В настоящее время интернет пестрит предложениями брокерских компаний, обращенных к простым интернет-пользователям, желающим приумножить свои средства. Обычно на их портале есть возможность создать свой личный кабинет, открыть свой счет, просмотреть видеоуроки по правилам торговли и даже пройти практическое обучение в демоверсии платформы с учебными счетами.

Хороший брокер всегда будет заинтересован в том, чтобы его клиент преуспел в торговле, так как выручка пользователя определяет величину комиссионных. А успех во многом зависит от грамотности трейдера, поэтому брокеры часто предлагают клиентам проходить бесплатное обучение.

В отличие от брокеров, дилеры являются более самостоятельными посредниками между продавцом и покупателем. Если брокер – это раб, который не становится собственником активов, не может не вывести их на биржу и осуществляет торговлю только за счет клиента, то дилеры могут

поставить активы себе на баланс, придерживая их для себя, и весь бизнес ведут только за свой счет. По российским законам дилером может быть только юридическое лицо. Чаще всего эту роль играют банки, фонды, страховые организации [16, с.23].

Ситуация с надежностью и популярностью брокера может меняться. Трейдерам рекомендуется отслеживать актуальные рейтинги брокеров, которые составляются большей частью путем голосования самих трейдеров.

Несмотря на неотвратимые процессы глобализации, среди национальных финансовых рынков выделяются несколько крупнейших бирж. Благодаря налаженным связям с другими международными структурами, огромному опыту и мудрому управлению, эти биржи известны далеко за пределами своего отечества. За ними следят трейдеры со всех уголков мира [20, с.196]:

1. NYSE Euronext – Нью-Йоркская фондовая биржа, которая в 2007 году объединилась с Европейской фондовой биржей. Наряду с ними, упоминается внебиржевой рынок акций NASDAQ, где курсируют ценные бумаги компаний, занятые разработкой высоких технологий. Биржи США по праву считаются олицетворением могущества и успеха, они никому не уступают первенство по рыночной капитализации.

2. Tokyo Stock Exchange – Токийская фондовая биржа. Проигрывает только нью-йоркской. Считается одной из старейших бирж – она была основана в конце девятнадцатого века. На нее приходится более 80% всего биржевого оборота Японии.

3. London Stock Exchange – Лондонская фондовая биржа. Характеризуется высокой интернациональностью – более 50% всех операций приходится на международную торговлю акциями. Биржа еще и самая старинная – её история началась в середине шестнадцатого века.

4. Московская биржа. Пожалуй, пока преждевременно включать её в топ самых-самых, хотя статистика января 2017 года и показала отличную динамику

как общих торгов (рост на 4% по сравнению с 2016 годом), так и рост отдельных рынков.

Сегодня, страхование, как важнейший финансовый институт, должно быть органично встроено в процессы наметившейся диверсификации российской экономики и обеспечения нового качества экономического роста.

Страхование на финансовом рынке занимает важное место и многообразно по своим проявлениям.

Проявление деятельности страховых компаний на финансовом рынке - это функции страхования. Основными функциями страхования на финансовом рынке являются [14, с.4]:

- компенсация ущерба;
- предупреждение неблагоприятных событий.

На современном этапе развития страхового рынка эти функции конкретизируются в направлениях влияния страхования и, соответственно, страхового бизнеса на экономику.

Страховой бизнес в России в настоящее время приобретает особое значение в связи со сложной рисковой ситуацией по причинам представленным в приложении 7.

Российский страховой рынок выдерживает серьезное испытание кризисом: темпы прироста взносов сокращаются (фактически рынок перешел к стагнации), убыточность растет, страховщики испытывают колоссальное давление со стороны других сегментов финансового рынка (волатильность фондового рынка, колебания курсов валют, отзывы лицензий и резкое торможение на банковском рынке). Добавляют неопределенности сложная экономическая ситуация (падение доходов населения, нестабильная динамика реального сектора) и санкционный режим (влияющий как напрямую на отдельные компании, так и в целом на конъюнктуру перестрахования и взаимодействия с внешними рынками). Очевидно, что национальная экономика и её страховой сектор не могут развиваться с разным вектором. Качество развития

страхования, спрос, уровень мошенничества сильно зависят от состояния экономики.

Таблица 1.5

Роль страховых компаний на российском финансовом рынке

Направления влияния страхования на экономику	Направления влияния страхового бизнеса на экономику
1) страховая защита хозяйствующего субъекта, национальной экономики и конкретных членов общества	1) представляет собой рынок труда непосредственно в страховой сфере, и в отраслях, являющихся клиентами страховых компаний или связанных с ними
2) стимулирует научно-технический прогресс, обеспечивая защитой венчурные, наукоемкие, новые производства	2) способствует увеличению доходной части государственного бюджета за счет налоговых поступлений от самой страховой компании, её сотрудников, налоговых поступлений страхователей, хозяйственная деятельность которых не прекратилась вследствие каких-либо непредвиденных событий
3) в процессе страхования мелкие, разрозненные взносы страхователей превращаются в инвестиционный капитал	
4) в странах, в которых разрешено размещение страховых резервов, создаваемых страховщиками, в ссуды и займы, страховые компании являются источником кредитных ресурсов	3) обеспечивает финансирование мероприятий по предупреждению или уменьшению вероятности наступления страховых случаев, смягчению страхового риска, сокращению величины ущерба
5) страхование вносит вклад в обеспечение платежеспособного спроса в стране, компенсируя страхователю убытки и оплачивая труд специалистов, занятых в страховании	4) является одним из крупнейших владельцев информации об авариях, катастрофах, стихийных бедствиях, иных видах рисков

Источник: [15, с.43]

В то же время сами страховщики обладают серьезными внутренними ресурсами для улучшения отраслевой динамики и ищут новые источники развития: реально повышают качество урегулирования убытков, снижают издержки, активно продвигают новые продукты — в страховании жизни, развивают продажи некредитных страховых продуктов через банки, активно инвестируют в технологическую составляющую (базы данных и страховых историй, телематику и автоматизацию обработки информации о клиентах, убытках и т.д.).

Кроме того, постепенно страхование становится и значимым инвестиционным ресурсом для экономики и реального сектора (растет объем инвестированных средств, как через банковские вложения, так и другие инвестиции – ценные бумаги, недвижимость и т.д., причем снижается доля некачественных и «фиктивных» инвестиций).

Немаловажный фактор повышения инвестиционного потенциала рынка – рост доли страхования жизни и существенное увеличение абсолютных объемов сборов и резервов по страхованию жизни (причем некредитному), что обеспечивает возможность долгосрочных вложений. Дальнейший рост этого сегмента, как видно по опыту множества стран, «выращивает» одного из ключевых институциональных инвесторов.

Если рассматривать только сегменты прямого рискованного страхования, то в 2015 году в пятёрку крупнейших входило 13 страховщиков, а в 2016 году шансы попасть в пятёрку получили лишь 11 компаний, из которых 2 принадлежат к одной группе (приложение 8).

Таким образом, сегодня наряду с традиционным назначением страхования – обеспечением экономической защиты страхователей от стихийных природных бедствий (землетрясения, наводнения, пожары и т.д.), случайных событий технологического и экологического характера (взрывы в шахтах, загрязнение окружающей среды химическими и другими выбросами) объектами страхования все больше становятся имущественные интересы. Они связаны с жизнью и здоровьем юридических и физических лиц (кражи, разбойные нападения и т.д.).

А так же с возмещением причиненного страхователем вреда личности или имуществу третьих лиц (страхование гражданской ответственности владельцев автотранспорта, финансовых рисков, профессиональной ответственности и др.).

Физические и юридические лица (хозяйствующие субъекты) различных форм собственности, выступающие в качестве страхователей, испытывают

теперь потребность не только в возмещении ущерба, выражающегося в повреждении или гибели основных фондов и оборотных средств (как было при командно-административной системе управления народным хозяйством). Они так же нуждаются в компенсации недополученной прибыли или дохода из-за вынужденных простоев предприятий (не поставка сырья, неплатежеспособность потребителей энергоресурсов), невыполнения договорных обязательств, контрактов и т.д.

На финансовом рынке страховые компании выступают, с одной стороны, средством защиты бизнеса и благосостояния людей, а с другой – коммерческой деятельностью, приносящей прибыль за счет вложения временно свободных денег в перспективные объекты материального производства, выгодные проекты (строительство скоростных железных дорог, тоннелей и т.д.), на банковские депозиты, закупки акций предприятий и другое. В этих условиях страхование служит важным фактором стимулирования хозяйственной деятельности, стремления получить выгоду, желание рисковать, «проверить себя».

Такая важная роль страховых компаний в рыночной экономике, обязывает их уделять особое внимание организации собственных финансов, т.е. как следствие, обеспечению финансовой устойчивости и платежеспособности.

Конкуренция – неотъемлемая часть развитого страхового рынка. На сегодня рыночная экономика не мыслима без конкуренции. Наличие конкурента заставляет каждого страховщика быть предельно внимательным к запросам своих клиентов [17, с.73].

В современных условиях рынка страховых услуг российским компаниям необходимо реализовать стратегию повышения конкурентоспособности и эффективности в целях сохранения (роста) своей доли рынка объемов страховой премии. Такая стратегия позволит отечественным компаниям не только оставаться активным игроком в своей нише, но и повысить собственную инвестиционную привлекательность.

Рассмотрим основные показатели страхового рынка за 3 года.

Лидерами рынка страхования являются страховые компании: СПАО «Ингосстрах», ПАО «Росгосстрах», АО «Согаз», ОАО «АльфаСтрахование», СПАО «Ресо-Гарантия». В приложении 13, представлена их доля на рынке страхования.

Несмотря на то, что на российском рынке страхования присутствуют более 320 страховых организаций, доля данных пяти компаний составляет 42, 67 %, а это почти половина российского страхового рынка.

Таблица 1.6

Динамика показателей страхового рынка за период 2014-2016 гг.

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Количество страховых компаний	452	348	326
Страховые премии, млрд. р.	987 772	1 023 819	1 180 631
Выплаты по договорам страхования, млрд. р.	472 268	509 217	505 790
Концентрация капиталов страховых компаний по объему собранных страховых премий, %	ТОП-5 страховых компаний		
	40,3	40,1	40,4
	ТОП-10 страховых компаний		
	54,5	56,6	57,0
	ТОП-20 страховых компаний		
	68,6	69,8	71,6
Доля иностранного капитала в УК, %	22,2	18,1	17,4

Источник: [15, с.49]

Проведем анализ ТОП-5 страховых компаний по следующим показателям:

- динамика страховых премий и выплат;
- филиальная сеть;
- структура страхового портфеля;
- ценовой мониторинг страховых продуктов;
- оценка качества сервиса и услуг;

Проанализируем показатели сборов в период за 2014-2016 гг. представленные в приложении 17.

Исходя из представленных данных можно сделать вывод, что сбор премий с каждым годом увеличивается в среднем на 26 %, в 2016 году общий сбор страховых премий по данным компаниям составил 477 535 млрд. руб., в период с 2014 года он увеличился на 128 205 млрд. руб. Данное увеличение происходит за счет репутации компаний, как следствия увеличения количества заключения новых договоров и притока новых клиентов.

Вслед за этим проанализируем динамику страховых выплат за этот же период.

Как видно из приложения 17, по данным страховым компаниям наблюдается рост страховых выплат, наибольшее число страховых выплат приходится на компанию «Росгосстрах», в сравнении с 2014 годом выплаты увеличились почти на 44 %. Страховая компания «АльфаСтрахование» имеет наименьшую сумму страховых выплат. Снижение страховых выплат показала страховая компания «Ингосстрах», в 2016 году её выплаты снизились на 7 103 млрд. р.

Далее проанализируем страховые компании по показателю «количество заключенных договоров страхования» за три года.

Количество заключенных договоров страхования в 2016 году значительно увеличилось, по сравнению с предыдущими годами рост составил + 66,6 %. Данный рост обуславливается повышением концентрации рынка, увеличению концентрации способствует политика Банка России по очищению рынка от финансово неустойчивых и недобросовестных компаний.

Проанализируем филиальную сеть выше изученных страховых компаний (приложение 18).

Данные страховые компании имеют довольно широкую филиальную сеть и разные формы организации продающих структур. При этом каждая компания максимально централизована. Они имеют единую информационную систему, которая объединяет все филиалы и разные формы организации продающих структур.

Таблица 1.7

Количество заключенных договоров страхования в период 2014-2016 гг.

Страховые компании	Количество заключенных договоров страхования, тыс. шт.		
	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Согаз	2 503	3 003	3 919
Росгосстрах	6	18	21 645
Ингострах	5 462	5 476	7 764
Ресо-Гарантия	8 403	7 931	9 504
АльфаСтрахование	11 821	11 600	3 862

Источник: [15, с.52]

На страховом рынке, в прочем, как и в любых рыночных отношениях значимым показателем является финансовая устойчивость организации, она зависит от ряда факторов, среди которых можно выделить состояние страхового портфеля. Структура страхового портфеля по анализируемым страховым компаниям представлена в приложении 19.

Представленная выше структура страховых портфелей исследуемых компаний в основном состоит из массовых рискованных видов страхования, большую часть занимает автострахование и ОСАГО, лишь в страховой компании «Согаз» преобладает страхование имущества. Наиболее сбалансированным является страховой портфель страховой компании «АльфаСтрахование».

Немало важным фактором анализа деятельности страховых компаний является качество предоставляемых услуг. Характеристики предлагаемого страхового продукта является одним из ключевых факторов конкурентоспособности компании.

Клиент, совершая покупку, часто выбирает не компанию, а её продукт или услугу. При этом компании конкурируют ценой, качеством услуги, сервисом.

Проведем ценовой мониторинг предложений исследуемых страховых компаний.

Объектом исследования выбрано имущественное страхование физических лиц, а точнее страхование дома и квартиры, стоимость полиса указана с учетом страховой суммы в 1 000 000 рублей.

Результаты ценового мониторинга представлены в таблице 1.8.

Исходя из выше приведенной таблицы можно сделать вывод, что наиболее дешевым вариантом является страхование в «Росгосстрахе», самый же дорогой полис предоставляет страховая компания «Ресо-Гарантия».

Таблица 1.8

Ценовой мониторинг страховых продуктов, исследуемых страховых компаний

Страховая компания	Стоимость полиса, р.	
	Дом	Квартира
Согаз	5 000	3 670
Росгосстрах	3 800	3 030
Ресо-Гарантия	6 000	5 000
Ингосстрах	5 520	3 200
АльфаСтрахование	5 500	4 490

Источник: [15, с.53]

Оценка качества сервиса и услуг произведена из результатов народного рейтинга страховых компаний. Участниками данного опроса являются клиенты различных страховых компаний. В таблице 1.9 представлен процент положительных и отрицательных отзывов о страховых компаниях.

Очень сложно объективно оценивать характеристики страховых компаний даже с применением математических и социологических методов анализа. Следовательно, рейтинги, основанные на «народном» голосовании, хотя и имеют право на существование, но весьма субъективны, зачастую ангажированы, имеют нерепрезентативную выборку.

В таблице 1.9 представлен процент положительных и отрицательных отзывов о страховых компаниях.

Таблица 1.9

Процентное отношение положительных и отрицательных отзывов страховых компаний.

Страховая компания	Положительные ОТЗЫВЫ в процентах	Отрицательные ОТЗЫВЫ в процентах
Согаз	30,1	69,9
Росгосстрах	17,2	82,8
Ресо-Гарантия	47,1	52,9
Ингосстрах	75,8	24,2
АльфаСтрахование	22,5	77,5

Источник: [15, с.55]

Проанализировав представленные данные, можно сделать вывод, что наибольшее число положительных отзывов имеет страховая компания «Ингосстрах. Наибольший процент негативных отзывов приходится на страховую компанию «Росгосстрах».

На этом основании можно сделать вывод, что у каждой страховой компании есть свои минусы и плюсы, всё зависит от того на основании каких факторов производится анализ.

В целом как показывает произведенный анализ, страховые компании неплохо развиваются на российском рынке, но конкурировать с зарубежными страховщиками при устранении ограничения их деятельности, смогут лишь крупные московские страховщики.

Необходимость повышения конкурентоспособности современных российских страховых компаний предопределяется общими тенденциями усиления конкуренции на рынке страховых услуг. Вместе с тем, повышение конкурентоспособности страховой компании должно положительно сказываться на качестве страховых услуг, привлечении их потребителей, что способствует расширению рынка страховых услуг.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РОЛИ ПАО «АЛЬФАСТРАХОВАНИЯ» НА РОССИЙСКОМ ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

2.1. Организационная характеристика и анализ экономических показателей

Группа «АльфаСтрахование» объединяет ПАО «АльфаСтрахование», ООО «АльфаСтрахование-Жизнь», ООО «АльфаСтрахование-ОМС», ПАО СМК «Югория-Мед», ООО «Медицина АльфаСтрахования».

Группа «АльфаСтрахование» входит в состав финансово-промышленного консорциума «Альфа-Групп»: Альфа-Банк, «Альфа-Капитал», А1, «Росводоканал», AlfaAssetManagement (Europe) S.A., X5 RetailGroup. «Альфа-Групп» - это совокупность независимых друг от друга бизнесов, осуществляющих свою деятельность преимущественно на рынках России и СНГ, основными бенефициарами которых являются Михаил Фридман, Герман Хан и Алексей Кузьмичев. В ряде бизнесов, помимо данных лиц, есть другие бенефициары.

«АльфаСтрахование» широко представлена в регионах России: на территории РФ страховую деятельность осуществляют более 270 региональных представительств. Услугами Группы пользуются более 24,8 млн. частных клиентов и 435 тыс. компаний.

Общее руководство деятельностью ПАО «АльфаСтрахование» и оперативное управление осуществляет Правление, которое отвечает за достижение корпоративных целей и задач Компании, реализацию её стратегии и корпоративных политик.

Правление обеспечивает соблюдение всех применимых законодательных и иных нормативных актов, управление рисками, связанными с деятельностью Компании, финансирование и внешние коммуникации.

У Компании имеются стратегические цели, которые обусловлены миссией. Миссия представляет собой обобщенную формулировку главной цели

компании. Как правило, это амбициозное намерение, требующее напряжения всех сил компании и содержащее определенные риски деятельности. Наличие четко сформулированной миссии имеет большое значение для успешной деятельности компании.

Функциональная структура организации обеспечивает наибольшую скорость в принятии решений (приложение 12). Развитие компании невозможно без наличия эффективной структуры, определяющей взаимоотношения Совета директоров, исполнительного органа и акционеров, уверенности инвесторов в том, что их средства разумно расходуются руководством компании и, таким образом, способствуют росту её капитализации.

Система корпоративного управления ПАО «АльфаСтрахование» направлена на создание и сохранение надежных и доверительных отношений с акционером и инвесторами, что способствует дальнейшему повышению инвестиционной привлекательности Компании.

Разработанная организационная структура формально закрепляется и утверждается в регламентирующей документации. Регламентами структуры являются должностные инструкции, штатное расписание, правила внутреннего трудового распорядка.

«АльфаСтрахование» широко представлена в регионах России: на территории РФ страховую деятельность осуществляют более 270 региональных представительств. Услугами Группы пользуются более 24,8 млн. частных клиентов и 435 тыс. компаний.

«АльфаСтрахование» входит в тройку лидеров открытого страхового рынка и рынка обязательного медицинского страхования. По итогам 2016 года Компания занимает 3-е место среди крупнейших страховщиков.

В 2016 г. доля страхового рынка, контролируемая группой, составила 9,1% при сборах в 233,5 млрд. руб. Годом ранее соответствующие показатели составляли 6,3% и 149,3 млрд. руб. Рост объемов страхования в сравнении с

2016 г. достигнут во всех ключевых для Группы сегментах рынка. Сборы Группы без ОМС в 2016 г. достигли 67,4 млрд. руб. а доля рынка — 6,6%. В общей структуре страхового портфеля Группы «АльфаСтрахование» без ОМС по итогам 2016 г. наибольшую долю занимает страхование жизни (19,7%), каско (18,7%), ОСАГО (15,8%) и добровольное медицинское страхование (12,3%) [11].

Консолидированная финансовая отчетность отражает результаты операций Группы в 2016 году по всем направлениям бизнеса. Бизнес-подразделения Группы представляют собой стратегические направления деятельности, ориентирующиеся на оказание различных по своей природе услуг, управление которыми производится отдельно. Совокупный доход Группы от осуществления страховых операций, в том числе обязательного медицинского страхования за 2016 год составил 2 893 млн. рублей, годом ранее – 975 млн. рублей [13].

Кроме данных направлений, финансовые показатели Группы в 2016 году определяло бизнес-подразделение по оказанию медицинских услуг на территории Российской Федерации. Результат операций данного подразделения уменьшил финансовый результат консолидированной отчетности. Консолидированная прибыль до налогообложения четырех бизнес-подразделений за 2016 год составила 3 950 млн. рублей, годом ранее – 1 036 млн. рублей [13].

«АльфаСтрахование» входит в тройку лидеров открытого страхового рынка и рынка обязательного медицинского страхования. По итогам 2016 года Компания занимает 3-е место среди крупнейших страховщиков.

Для анализа финансового результата от размещения резервов суммируем прибыль, полученную от размещения всех видов резервов ПАО «АльфаСтрахование» (таблица 2.1.).

Таблица 2.1

Финансовый результат от размещения страховых резервов ПАО

«АльфаСтрахование», млн. рублей

Вид вложений	2014	2015	2016	Абс. откл. 2015/ 2013	Абс. откл. 2016 / 2014	Отн. откл. 2015 / 2013	Отн. откл. 2016/ 2014
Облигации	0	0	0	0	0	0	0
Векселя банков	0	0	169	0	169	0	0
Акции	287	92	0	-195	-92	0,32	0
Инвестиционные паи паевых инвестиционных фондов	0	0	0	0	0	0	0
Недвижимое имущество	1677	3883	8773	2206	4890	2,31	2,25
Прочие активы	0	0	0	0	0	0	0
Итого	1964	3975	8942	2011	4967	2,02	2,25

Источник: [13]

Анализируя полученные данные, видно, что наибольший доход приносит вложение средств в недвижимость 1677 тыс. рублей в 2014 году, 8773 тыс. рублей в 2016 году, прибыль от вложений в недвижимость увеличилась за период 2014-2016 гг. на 422,9%.

Абсолютное отклонение по итогу 2016-2015 годы выросло на 2956 пунктов по сравнению с 2015-2014 годами. Относительное отклонение по итогу 2016-2015 годы выросло на 0,23 пункта по сравнению с 2015-2014 годами.

Доходными являются и векселя банков, но прибыль они приносят только в 2016 году в размере 169 тыс. рублей.

В 2015 году наблюдаются небольшие изменения в структуре оборота по федеральным округам, что вызвано, с одной стороны – вхождением в РФ Республики Крым, с другой – более быстрыми темпами роста оборота по ряду федеральных округов. Сократилась доля ЦФО на 0,77 %% и УрФО на 0,84 %% . В целом же порядок сохранился, только оборот Уральского ФО стал структурно меньше оборота Дальневосточного ФО.

В таблице 2.2. представим территориальную структуру продаж страховых программ ПАО «АльфаСтрахование» по субъектам РФ.

Таблица 2.2

Значение и структура продаж ПАО «АльфаСтрахование» по субъектам РФ за 2014-2016 гг.

ФО	2014	2015	2016
Центральный федеральный округ	24 556 620,4	25 543 945,8	26 649 519,5
Северо-Западный Федеральный округ	4 373 130,5	4 725 572,6	4 950 456,3
Южный Федеральный округ	2 510 288,0	2 875 751,5	3 180 908,6
Северо-Кавказский федеральный округ	470 395,4	515 117,7	562 833,5
Приволжский Федеральный округ	5 114 264,8	5 467 094,5	5 511 401,0
Уральский Федеральный округ	3 673 372,4	3 477 074,6	3 705 836,5
Дальневосточный Федеральный округ	1 183 024,7	1 397 113,5	1 475 365,4
Сибирский Федеральный округ	3 240 303,8	3 576 345,8	3 705 836,5
Крымский федеральный округ		33 155,8	185 727,5
Всего по РФ	45 121 400,0	47 611 171,8	49 927 884,8
В составе ЦФО:			
г.Москва	18 011 177,3	18 697 043,4	19 190 200,1
Московская область	3 466 064,0	3 274 173,6	3 522 456,6

Источник: [13]

Более детально данная информация показано в приложении 9.

Из приложения 9 видно, что 54,42 % оборота компании, т.е. больше половины, в 2014 году приходилось на ЦФО. Следующими по значимости оборота являются Приволжский ФО (11,33 %) и Северо-Западный ФО (9,69 %). При этом доля г. Москва составляет 39,92 % (73,3 % от оборота ЦФО), доля Московской области составляет 7,68 % оборота РФ, что сравнимо с показателями УрФО и превышает обороты по остальным федеральным округам РФ.

Это не слишком удивительно, учитывая количество проживающего там населения и более высокий, по сравнению с остальной страной, уровень его благосостояния.

В приложении 3 показана структура продаж компании по субъектам РФ в 2016 году.

В 2016 году сохраняется рост структурной доли по Южному ФО, Северо-Кавказскому ФО и Дальневосточному ФО. По сравнению с 2015 годом возросла доля УрФО и увеличилась доля Крыма до 0,37 %. По остальным округам наблюдается незначительное сокращение доли в обороте оптовой торговли.

Таким образом, хотя общая прибыль в 2016 году по сравнению с 2014 годом увеличилась на 355,3%, доходность вложений снизилась с 26,86% в 2014 г. до 6,53% в 2016 г., т.е. на 20,33% произошло качественное снижение данного показателя. В качестве способа повышения доходности вложений можно рекомендовать увеличивать вложения в недвижимость (самый доходный вид вложений), так как норматив вложений активов в недвижимость позволяет это сделать. В следующем разделе описана модель оптимизации активов, принимаемых в покрытие страховых резервов ОАО «АльфаСтрахование».

Общее руководство деятельностью ПАО «АльфаСтрахование» и оперативное управление осуществляет Правление, которое отвечает за достижение корпоративных целей и задач Компании, реализацию её стратегии и корпоративных политик. Правление обеспечивает соблюдение всех применимых законодательных и иных нормативных актов, управление рисками, связанными с деятельностью Компании, финансирование и внешние коммуникации.

У Компании имеются стратегические цели, которые обусловлены миссией. Миссия представляет собой обобщенную формулировку главной цели компании. Как правило, это амбициозное намерение, требующее напряжения всех сил компании и содержащее определенные риски деятельности. Наличие четко сформулированной миссии имеет большое значение для успешной деятельности компании.

2.2. Место ПАО «Альфастрахование» на финансовом рынке РФ

К страховому портфелю компании относят совокупность договоров страхования. Чем больше различных видов страхования в портфеле, тем больше страховых услуг может предоставить компания. Чем больше количество заключенных договоров (застрахованных объектов), чем шире разброс рисков по территории и срокам страхования, тем более сбалансированным является портфель компании. Страховой портфель компании является основой, на которой базируется деятельность страховщика и которая определяет финансовую устойчивость страховых операций [19, с.52].

Сбалансированный страховой портфель является одним из важнейших показателей платежеспособности и финансовой устойчивости страховой компании. Рассмотрим показатели, которые влияют на сбалансированность портфеля:

Если страховой портфель мал, вероятность возникновения ущерба и отклонения очень велики. По оценкам экспертов необходимо иметь в портфеле не менее 1000 договоров страхования, чтобы данный закон был реализован.

Для законов выборки необходимо, чтобы выборка была однородной, иначе в ней не будут действовать статистические закономерности. В данном случае имеется в виду однотипность рисков и более или менее одинаковая страховая сумма. Существует мнение, что гомогенным является портфель, в котором отклонения страховых сумм от минимальной и максимальной не отличаются от средней страховой суммы более, чем в два раза.

Портфель должен быть диверсифицированным (распределённым). Это означает, что в портфеле должна быть обеспечена территориальная диверсификация рисков и диверсификация рисков по времени. При формировании страхового портфеля нужно уделять особое внимание «зависимости» рисков друг от друга. Если наступление одного страхового случая влечет за собой одновременное нанесение ущерба многим

застрахованным объектам или на какой-то конкретный риск влияет наступление других рисков, то большое количество подобных зависимых рисков в портфеле страховщика может рассматриваться как единый риск.

При формировании портфеля страховой компании необходимо ориентироваться на потребности клиентов и тенденции рынка. Клиентов можно сегментировать на физических и юридических лиц. Соответственно, у каждого сегмента свои потребности. Поэтому для страховой компании важно иметь максимально диверсифицированный портфель для того, чтобы удовлетворять все потребности клиента.

Таблица 2.3

Сегментация потребителей и их потребности

Сегмент	Вид страхования
Физические лица	Обязательные виды страхования (ОСАГО), добровольные виды страхования автомобилей, жилья, имущества, здоровья, инвестиций, страхование выезжающих за рубеж)
Юридические лица	Обязательные виды страхования (ОСАГО, страхование опасных объектов, страхование пассажиров), страхование малого и среднего бизнеса, грузоперевозки, транспорт, имущество предприятия, медицинское страхование, финансовые риски, авиационное страхование, ответственность

Источник: [26, с.52]

Далее рассмотрим страховой портфель компании «АльфаСтрахование» по линиям бизнеса и динамику за 4 года. Анализируя данные рисунков, представленных ниже, можно сделать вывод, что компания специализируется на оказании страховых услуг в области страхования жизни, имущества, ОСАГО, а также добровольного медицинского страхования (приложение 20).

Страхование жизни растет, в первую очередь, из-за роста сегмента инвестиционного страхования. Это происходит, в первую очередь, из-за того, что банковские ставки падают и население не устраивают те ставки, которые могут предложить банки. Соответственно, у страховой компании есть продукт -

инвестиционное страхование жизни, которое фактически является заменителем депозитного страхования с более высокими процентными ставками.

Сегмент КАСКО падает, потому что уменьшается количество новых автомобилей на рынке, которые покупают автовладельцы. При этом данный вид страхования рентабелен для компании. Он позволяет компенсировать те убытки, которые приносит ОСАГО.

Доля ОСАГО в портфеле стабильна, увеличиваются тарифы на данный вид страхования и меняются условия по покрытию. Также увеличивается количество транспортных средств в России. При этом ОСАГО - единственный сегмент, который является убыточным для компании.

Что касается доли страхования прочего имущества в портфеле компании, то она практически неизменна. В первую очередь, юридические лица страхуют имущество, а также покупают договора по банковскому вменённому страхованию (когда предприятие получает кредит, оно обязано обеспечить его возвратность. Соответственно, по условиям ЦБ РФ для того, чтобы банк не создавал дополнительные резервы, имущество и залоги должны быть застрахованы).

В портфеле компании сегмент страхования от несчастного случая стабилен, страхуются физические, а также юридические лица, для которых необходимо обязательное страхование (страхование экипажа морских судов, спасательных команд, спортсменов).

Изменение сегмента ДМС также незначительно. Это связано с тем, что у большинства компаний России существуют социальные пакеты. Есть международные компании, которые обязаны страховать ДМС по условиям своих договоров.

Далее перейдём к анализу каждого сегмента страхового портфеля компании «АльфаСтрахование» с помощью матриц (приложение 21).

По моему мнению, данный портфель нельзя назвать сбалансированным, существуют отклонения от идеального портфеля (подробные расчёты по матрице BCG приведены в таблице 2.4).

Таблица 2.4

Подробные расчёты по матрице BCG

		Расчет средневзвешенного темпа роста рынка для матрицы				Расчет относительной доли рынка			
Название группы	Объем продаж, млн.руб. (2016)	Темп роста, %	Емкость рынка	Взвеш. темп роста, %	Рост для матрицы	Доля рынка, %	Доля рынка конкурента, %	Относит. доля рынка	Доля для матрицы
Жизнь	30 523	66	215 740	12,12	высокий	14,1	28,1	0,50	низкая
НС	6 120	36,5	110 400	3,41	низкий	5,5	32,5	0,17	низкая
ДМС	9 050	4,6	134 875	0,5	низкий	6,7	37,0	0,18	низкая
Каско	13 552	-8,8	170 690	-1,28	низкий	7,9	16,9	0,47	низкая
Прочее	16 979	11,8	234 472	2,34	низкий	6,0	28,6	0,21	низкая
Ответственность+ ОС ОПО	3 595	23,7	58 113	1,17	низкий	6,2	10,9	0,57	низкая
ОСАГО	13 449	7,2	234 379	1,42	низкий	5,7	23,6	0,24	низкая
Прочие обязательные	128	0,4	21 671	0,0	низкий	0,6	35,3	0,02	низкая
ИТОГО	93 396		1 180 340						

Источник: составлено автором на основании приложения 21

Что касается рассмотрения отдельно товарных групп, то можно сделать следующие выводы:

Необходимо развивать страхование жизни, так как этот вид страхования позволяет защитить уровень жизни и дохода семьи. Данный сегмент имеет тенденцию роста в портфеле компании (за последние 4 года доля страхования жизни увеличилась на 8,9%). Нужно увеличивать количество разработок, инвестировать в данный сегмент, создавать «коробочные продукты», формировать конкурентные преимущества, популяризировать страхование жизни среди населения страны. Данный сегмент имеет один из самых высоких потенциалов для роста, потому что в развитых странах доля страхования жизни

в ВВП (8-12%) существенно выше, чем в России (2-3%). РФ стремится стать развитой страной с соответствующей долей страхования жизни.

Важно отметить, что компания «АльфаСтрахование» не вправе отказаться от обязательного страхования (ОСАГО, прочее обязательное страхование), потому что обязательные виды, к которым и относится ОСАГО, являются точкой входа к большому количеству клиентов - физических лиц (если клиенты покупают ОСАГО, то им можно «допродать» другие виды страхования, такие как страхование имущества, КАСКО, страхование жизни, медицинские страховки, различные виды ответственности). Не смотря на то, что рентабельность ОСАГО во всех регионах России стремится к нулю, вывести в прибыль целиком портфель по страхованию физических лиц позволят другие виды страхования. Для этого необходимо иметь квалифицированных сотрудников, которые способны продавать иные виды розничного страхования, указанные выше.

Что касается страхования от несчастного случая, ДМС, имущества и ответственности, то нужно из этих сегментов пробовать сделать «дойных коров», следовательно, необходимо увеличивать количество полисов на каждого розничного клиента и увеличивать средний чек (предлагать уникальные условия, такие как комплексная программа страхования), автоматизировать урегулирование убытков (данный процесс необходимо совершать с максимальным удобством для клиента. Например, без прихода клиента в офис с использованием мобильного приложения, где можно отправить необходимые документы специалисту, который урегулирует убытки).

Таким образом, приоритетом в развитии компании является страхование жизни, имущества.

Как и по результатам анализа матрицы BCG необходим высокий уровень инвестиций в страхование жизни для создания долгосрочных конкурентных преимуществ и формирования лояльной потребительской базы;

Страхование от несчастного случая, ДМС, КАСКО и прочее имущество находятся на очень привлекательных рынках, но сила этих бизнес - единиц сейчас невелика. Они должны быть также объектом инвестирования для усиления их позиций на рынке. Поэтому необходимо выявлять и устранять их слабые стороны, активно предлагать данные продукты в добавок к обязательным (например, к ОСАГО), подстраиваться под предпочтения различных сегментов потребителей;

Известно, что ОСАГО является убыточным практически во всех регионах. По моему мнению, нет необходимости вкладывать средства в данный сегмент. Он лишь может помочь увеличить средний чек потребителей за счет предложения других розничных продуктов;

Страхование ответственности может улучшить свои результаты только за счет грамотной стратегии дифференциации, то есть создавать и развивать прибыльные сегменты, а также образовывать барьеры для входа конкурентов на этот сегмент;

Что касается прочего обязательного страхования, то не нужно тратить излишние усилия и инвестиции на укрепление положения в сегменте, можно лишь сосредоточить усилия на защите текущего уровня продаж.

С помощью данного анализа мы получили наглядное ранжирование страховых продуктов. Благодаря этому методу можно правильно расставить приоритеты деятельности и сфокусировать использование ограниченных ресурсов компании. Известно, что в основе ABC анализа лежит правило Парето, которое говорит о том, что: «20% усилий обеспечивают 80% результата».

К группе А относятся самые важные страховые продукты компании, которые приносят наибольшую прибыль. На эти сегменты необходимо обращать максимальное внимание, мониторить их для того, что они оставались конкурентоспособными на рынке и не терять свои преимущества.

Следовательно, на эти сегменты (в нашем случае это страхование жизни, имущества, КАСКО и ОСАГО) нужно сосредоточить усилия.

Таблица 2.5

Результаты ABC анализа

Продукт	Доля	Кумулята	Группа
Жизнь	32,7%	32,7%	А
Прочее имущество	18,2%	50,9%	
КАСКО	14,5%	65,4%	
ОСАГО	14,4%	79,8%	
ДМС	9,7%	89,5%	В
Несчастный случай	6,6%	96,1%	С
Ответственность+ ОС ОПО	3,8%	99,9%	
Прочие обязательные	0,1%	100,0%	

Источник: составлено автором на основании [6]

К группе В относятся такие продукты, которые приносят стабильную прибыль компании (в данном случае - страхование ДМС). Инвестиции необходимы только лишь для поддержания сегмента на существующем уровне.

Заключительная группа - С - считается наименее важной для компании.

Страховая группа «АльфаСтрахование» по итогам первого полугодия 2017 г. продемонстрировала рост бизнеса. Сборы с учетом ОМС выросли на 42,8%. Группа занимает третье место среди крупнейших игроков российского страхового рынка. Совокупные сборы всего рынка за этот период продемонстрировали рост на 7,8%. По данным Центрального банка, сборы компаний группы «АльфаСтрахование» с учетом ОМС достигли в первом полугодии 117,9 млрд. руб. Выплаты – 88,2 млрд. руб. [41].

«АльфаСтрахование» укрепила свои позиции на рынке и поднялась на две строчки в рейтинге крупнейших страховщиков: группа «АльфаСтрахование» занимает третье место на рынке с учетом ОМС. Доля рынка выросла на 2,2 п.п.: с 6,8% до 9%. Сборы «АльфаСтрахование» без учета ОМС достигли 43,3 млрд. руб., выплаты – 14,5 млрд. руб. Компания по итогам первого полугодия поднялась с пятого на четвертое место среди крупнейших по сборам страховщиков без ОМС.

Таблица 2.6

Результаты анализа страховой компании по модели М. Портера

Параметр	Значения	Описание	Направления работ
Угроза со стороны товаров - заменителей	Низкий уровень угрозы со стороны товаров - заменителей	Компания «АльфаСтрахование» может и дальше развиваться на этом рынке	Находить технологические решения, поддерживать качество продуктов
Угрозы внутриотраслевой конкуренции	Высокий уровень внутриотраслевой конкуренции	Компания должна быть готова к атакам конкурентов на разных сегментах	Необходим высокий уровень сервиса, который позволит сохранить ценовое положение. Либо, наоборот, демпинговать и сокращать издержки так, чтобы клиентам был безразличен уровень предоставляемого сервиса, так как цена на страховые продукты будет низкой
Угроза со стороны новых игроков	Средний уровень угрозы входа новых игроков	Рынок страхования низкомаржинальный, высокие барьеры входа, высокий уровень первоначальных инвестиций, поэтому новые компании крайне редко появляются на данном рынке	Следовательно, нет опасности со стороны новых конкурентов. Нужно проводить постоянный мониторинг за уже существующими компаниями
Угроза потери клиентов	Средний уровень угрозы ухода клиентов	Неудовлетворенность текущим уровнем качества страховых продуктов, портфель клиентов обладает высокими рисками	Необходимо создавать соответствующие программы для VIP - клиентов, для потребителей, чувствительных к цене. Создавать продукты, в которых клиент был бы готов нести на себе часть убытка, то есть введение франшизы (для того, чтобы компания могла снизить цену на страховой продукт)
Угроза нестабильности поставщиков	Средний уровень влияния поставщиков	Поиск новых, более выгодных поставщиков	Проведение переговоров о снижении цен

Источник: составлено автором на основании [6]

Сборы по страхованию имущества юридических лиц выросли на 47,7% и составили 4,8 млрд. руб. Сборы по ОСАГО увеличились на 44,5% - до 6,3 млрд. руб., сборы по страхованию жизни – на 135% до 12,2 млрд. руб., по ДМС - на 2,5% до 4,9 млрд. руб. Сборы «АльфаСтрахование-ОМС» (включая компании ОАО МСК «Югория-Мед», ООО СМК «АСКО-ЗАБОТА», присоединившиеся к

группе «АльфаСтрахование» в декабре 2016 г.), увеличились на 49,9% и составили 74,7 млрд. руб. [41].

В настоящее время на фондовом рынке обращаются следующие эмиссионные ценные бумаги с фиксированной доходностью: государственные внутренние долговые обязательства (ГКО, ОФЗ-ПК, ОГСЗ), корпоративные облигации и векселя, а также инструменты с переменной доходностью — акции корпораций.

Исходя из того, что деньги могут быть размещены на банковских депозитных счетах в рублях или в валюте, сравним графики доходности по банковским депозитам и векселям, курс доллара и фондовый индекс РТС. При этом не следует забывать, что, как показывает практика, надежность российской банковской системы весьма условна: во времена финансового кризиса в одночасье рухнули десятки считавшихся надежными банков. В то же время не разорилось ни одно крупное промышленное предприятие-эмитент, чьи акции торговались на биржах. Ценные бумаги таких компаний-эмитентов, как «Газпром», РАО «ЕЭС России», «Лукойл», «Сургутнефтегаз» и многих других как торговались, так и продолжают торговаться на биржах, иногда даже по ценам выше докризисных.

Следует отметить, что если, например, на рынке акций существует добрая сотня надежных эмитентов, то на рынке векселей надежных бумаг максимум десятков, т.е. возможная диверсификация вложений на рынке акций намного выше. На рынке векселей существует много подделок, выявить и аннулировать сделку по которым практически невозможно, да и с ликвидностью не все просто: если акции, например, «Газпрома» можно купить-продать в течение нескольких секунд (при условии, что сделка проходит в системе электронных торгов на МФБ), то на продажу векселя того же «Газпрома» может уйти несколько часов или даже дней.

Таким образом, можно сделать вывод, что хранение активов в валюте или на депозите в банке могло быть в лучшем случае способом сбережения средств

и защиты их от инфляции, но не средством реального приращения капитала, каковыми могли стать акции.

Преимущество инвестиций страховых компаний заключается в том, что в отличие от основной массы играющих на рынке с «короткими» деньгами и поэтому в большинстве своем проигрывающих, страховщики могут играть на долгосрочном тренде (от года и более), а здесь вероятность проигрыша в несколько раз меньше, чем на коротком временном интервале. Кроме того, долгосрочные тренды по акциям практически всегда соответствуют фундаментальным макроэкономическим факторам и объясняют фундаментальным анализом, т.е. являются предсказуемыми. Действительно, как показывает практика, большинство мелких инвесторов, в основном физических лиц, проводя краткосрочные спекуляции на фондовых биржах, к сожалению, проигрывают (до 80% клиентов) [19, с.48].

Помимо крупных профессионалов-игроков это долгосрочные институциональные инвесторы: пенсионные и инвестиционные фонды, страховые компании.

Страховые компании обладают уникальной возможностью пережить возможные временные моменты падения рынка и в итоге закрывать свои позиции с солидной прибылью. Значительно ослабла зависимость нашего рынка от спекулятивного западного капитала, сосредоточенного на американской торговой площадке NASDAQ, хотя до недавнего времени график индекса РТС практически совпадал с графиком индекса NASDAQ. Российский фондовый рынок в силу внутренних фундаментальных факторов демонстрирует значительную устойчивость на фоне падения ведущих американских и европейских индексов.

Компания «АльфаСтрахование» 11 мая 2016 получила доступ к торгам на валютном рынке Московской биржи и провела первые сделки, сообщила биржа. «АльфаСтрахование» стала первой страховой компанией, которую напрямую допустили на валютный рынок.

Прямой выход на валютный рынок помогает минимизировать издержки компании. Комиссия биржи, по нашим оценкам, меньше комиссии банков, предоставляющих услуги по конвертации, примерно в 70-80 раз. В первый день компания заключила несколько сделок на 0,5 млн. евро. Потребности в операциях с валютой (как для платежей, так и в рамках инвестиционной деятельности) у компании носят регулярный характер [41]. Появление страховых компаний в качестве участников торгов на валютном рынке Московской биржи даст новую ликвидность рынку, а самим компаниям позволит снизить издержки на конверсионные операции и финансовые риски.

В феврале 2017 года «АльфаСтрахование» стала первой страховой компанией, которая стала размещать остатки премий через депозитные аукционы Московской биржи — для частных компаний они стали доступны с лета 2016 г.

Подводя итог данной главе, стоит отметить, что специфика функционирования ПАО «АльфаСтрахование» предполагает безусловное выполнение принятых обязательств перед клиентами, и поскольку они не являются предприятиями материальной сферы производства, возникает необходимость наращивания собственных активов путем совершения операций, в частности, на рынке ценных бумаг. Деятельность ПАО «АльфаСтрахование» на финансовом рынке сводится к рациональному размещению их страховых резервов.

Активы, принимаемые в покрытие страховых резервов, должны удовлетворять принципам:

- диверсификации. Принцип диверсификации в размещении страховых резервов страховых компаний предусматривает широкое разнообразие инвестиционных объектов; возвратности; прибыльности;
- ликвидности. Институциональный инвестор – юридическое лицо, для которого основным видом профессиональной деятельности является

аккумуляцию денежных средств и их последующее инвестирование в целях получения дохода для владельцев этих средств;

- принципы возвратности, прибыльности и ликвидности в данном случае можно интерпретировать как восстановление страховых запасов с определенной долей дохода и последующей их реализацией без существенных потерь.

Сборы ОАО «АльфаСтрахование» и ООО «АльфаСтрахование-Жизнь» выросли за год до 67,4 млрд. руб., доля рынка - до 6,6%. В страховании имущества физических лиц «АльфаСтрахование» занимает второе место на рынке со сборами в 5,1 млрд. руб. и долей рынка в 11,7%. Автострахование принесло 23,2 млрд. руб. премии, доля рынка достигла 5,7%. В структуре портфеля доля автокаско - 18,7%, ОСАГО - 15,8%. Сборы по ОСАГО в течение года увеличились на 92,3%, доля на рынке – до 4,9% (+1,2 п.п.).

Успешное развитие сегмента добровольного медицинского страхования позволило увеличить премию на 10,7% с 7,5 до 8,3 млрд. руб. Это четвертый по значимости вид в портфеле компании. В 2016 году высокую динамику роста сборов продемонстрировал сегмент ответственности и обязательного страхования опасных производственных объектов: сборы увеличились на 19,2% до 3,7 млрд. руб.

Группа продолжила укрепление позиций в сегменте страхования жизни, собрав 10,2% всех сборов рынка или 13,3 млрд. руб. в 2016 г. (+32,4%). Доля рынка, занимаемая компанией в этом сегменте, за год выросла на 1 п.п. до 10,2%, что позволило улучшить позиции в данном сегменте и занять 3-е место среди крупнейших страховщиков в России.

Чистая прибыль ОАО «АльфаСтрахование» (по РСБУ) выросла за год в шесть раз - до 3,37 млрд. руб. Группа «АльфаСтрахование» активно увеличивает масштабы деятельности на рынке обязательного медицинского страхования. В 2016 году сборы компании увеличились на 75,4% до 166,1 млрд. руб., а доля рынка - до 10,8%. Прирост объемов сборов произошел, в том числе,

благодаря приобретению 100% акций ОАО «Страховая медицинская компания «Югория-Мед» - одной из крупнейших региональных российских компаний на рынке обязательного медицинского страхования. Общее число регионов присутствия компании в сегменте ОМС выросло с 9 до 12.

«АльфаСтрахование» продолжает развитие онлайн-продаж, где, в том числе, реализована возможность пролонгации и продажи по всем розничным видам страхования. По данным ЦБ, прирост сборов компании в этом канале в 2016 году составил 64,8% при росте рыночной доли до 15,7%.

Постоянно совершенствуя качество обслуживания клиентов, в 2015 году «АльфаСтрахование» выпустила уникальное мобильное приложение АльфаСтрахование Mobile. Это первое сервисное приложение на страховом рынке, которое позволяет заявлять и урегулировать убытки без посещения офиса компании, бесплатно связываться со страховой даже из-за рубежа, а также является удобным справочником и хранителем необходимой для клиента информации.

В 2016 году компании Группы «АльфаСтрахование» - ОАО «АльфаСтрахование» и ООО «АльфаСтрахование-Жизнь» - были включены Центробанком в список системно значимых страховых организаций. Страхование как отрасль финансовой деятельности возникло из разделения общественного труда и развивалось по мере осознания человеком ценности своей жизни, здоровья и имущества.

Место страхового рынка в финансовой системе вообще и на финансовом рынке в частности определяется двумя обстоятельствами. С одной стороны существует объективная потребность в страховой защите, что и приводит к появлению экономического феномена - страхового рынка. С другой денежная форма организации страхового фонда обеспечения страховой защиты связывает этот рынок с общим финансовым рынком (приложение 13).

Страхование - обязательное условие общественного воспроизводства. Поэтому затраты по обеспечению страховой защиты должны входить в

издержки производства, что соответствует амортизационной теории страхования. Страховой рынок не только активно воздействует на процесс расширенного воспроизводства, но и активно воздействует через страховой фонд на финансовые потоки в экономике. Денежная форма организации страховых отношений включает страхование в общую сферу финансового рынка.

Всеобщность страхования определяет непосредственную связь страхового рынка с финансами предприятий, финансами населения, банковской системой, госбюджетом и другими финансовыми институтами, в рамках которых реализуются страховые отношения. В таких отношениях соответствующие финансовые институты выступают как страхователи и потребители страховых продуктов.

Функционирование страхового рынка происходит в рамках финансовой системы как на партнерских условиях, так и в условиях конкуренции. Это касается конкурсной борьбы между различными финансовыми институтами за свободные денежные средства населения и хозяйствующих субъектов. Если страховой рынок предлагает страховые продукты, то банки - депозиты, фондовый рынок - ценные бумаги и т. п.

Роль страхования проявляется в следующих основных направлениях:

- в снижении степени риска неблагоприятного исхода операций;
- в экономической стабильности за счет возмещения ущерба и потерь;
- в участии временно свободных средств страховых фондов в инвестиционной деятельности;
- в пополнении доходов государственного бюджета за счет части прибыли страховых организаций [29, с.65].

Таким образом, страхование является неотъемлемым компонентом экономической и социальной сферы, важным элементом рыночной инфраструктуры, оно непосредственно затрагивает интересы общества и хозяйствующих субъектов, обеспечивая защиту их интересов.

Рассматривая рынок страхования на финансовом рынке можно отметить, что в 1 полугодии 2016 года страховые взносы выросли на 8,4% по сравнению со значением за аналогичный период предыдущего года, что на 5,3 п.п. ниже показателя 1 полугодия 2013 года. Объем рынка достиг 507 млрд. рублей. Квартальные темпы прироста страховых взносов стабилизировались на уровне инфляции. Начиная с 4 квартала 2014 года темпы прироста страховых взносов составляют 8-9% (приложение 14) [36, с.48].

Замедление негативных тенденций на рынке страхования - временное явление. В 2016 году российская страховая отрасль подошла к черте, за которой может последовать неконтролируемый распад рынка: стагнация сопровождается ростом убыточности и сокращением рентабельности собственных средств, нарастает разочарование акционеров в страховом бизнесе, зарубежные инвесторы покидают российский рынок.

Наибольший прирост взносов в 2016 году обеспечили сегменты страхования жизни, ДМС, страхование от несчастных случаев и болезней. При этом страхование автокаско уступило страхованию от несчастных случаев и болезней второе место по номинальной величине прироста взносов, переместившись на шестую позицию (приложение 15) [36, с.49].

В результате проделанной страховщиками работы по сокращению доли расходов на ведение дела снижение рентабельности страхового рынка замедлилось. По итогам 2014 года средний показатель рентабельности собственных средств страховых компаний снизился на 0,2 п.п. до 4,1% (значение не приведено к годовому значению), обновив минимум последних 6 лет (приложение 16).

Для преодоления кризиса на страховом рынке нужны активные меры со стороны государства - своевременная корректировка условий обязательного страхования, создание требований к надежности страховщиков в социально значимых видах страхования, введение налоговых льгот в страховании жизни и законодательное закрепление продуктов unit-linked.

ГЛАВА 3. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ РОЛИ ПАО «АЛЬФАСТРАХОВАНИЯ» НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ РОССИИ

3.1. Проблемы и перспективы развития страхового рынка России

В современных условиях стремительного роста угрозы вредоносных последствий различных неблагоприятных факторов, связанных с развитием научно-технического прогресса и усилением риска потерь, связанных с ведением предпринимательской деятельности, существенно возрастает роль такой сферы финансовых отношений, как страхование, призванной защитить интересы как представителей бизнеса, так и обычных граждан при нанесении различного рода вреда в результате действия неблагоприятных факторов, имеющих объективный характер. На современном этапе развития рыночных отношений наряду с традиционным назначением страхования - обеспечением защиты страхователей от стихийных природных явлений, случайных событий технологического и экологического характера, объектами страхования все чаще становятся имущественные интересы, связанные с возмещением причиненного страхователем вреда личности или имуществу третьих лиц. Посредством страхования человек реализует одну из важнейших своих потребностей - потребность в безопасности. В связи с этим особую актуальность приобретает развитие такого сегмента финансового рынка, как страховой рынок.

Страховой рынок является специфической рыночной сферой, которая существует в единстве с товарным рынком, является его разновидностью и развивается в рамках общих законов.

Замедление российской экономики сказалось и на страховом секторе. В 2016 году соотношение страховых премий и ВВП составило 1,39% против 1,3% в 2015 году, но темп роста премий (8,5%) оказался ниже уровня инфляции (11,36%). 2016 год оказался еще менее успешным для страхового рынка, чем предыдущий. Объем премий увеличился до 987,77 млрд. рублей, но годовой

темп роста премий снизился с 11% до 8,5%. Как и ожидалось, сохранилась тенденция превышения темпа роста выплат над темпом роста премий. По данным ЦБ РФ, поквартальное замедление темпов прироста, наблюдавшееся в течение 1,5 лет, оно прервалось в 4 квартале 2016 года. Страховщики отработали полный год под надзором нового регулятора. Основные задачи, стоявшие перед ним в 2016 году, выполнены - введен институт кураторства, создано управление по защите прав потребителей финансовых услуг, ужесточены требования к качеству активов. Надзор прислушивается к мнению страхового сообщества, эффективность его работы оценивается согласно КРІ [15, с.43].

Говоря о страховом рынке России, нельзя не отметить его региональные особенности. Региональная структура страхового рынка по объему поступивших страховых премий в разрезе федеральных округов представлена таблицей 3.1.

Таблица 3.1.

Региональная структура страхового рынка РФ

Наименование Федерального округа	Доля на рынке
Центральный	57,44
Северо-Западный	12,23
Южный	9,8
Приволжский	6,42
Уральский	5,49
Сибирский	5,07
Дальневосточный	2,23
Северокавказский	1,3
Крымский	0,02

Источник: [15, с.43]

По сравнению с 2015 годом структура поступлений премий практически не изменилась. Традиционно Центральный федеральный округ занимает лидирующую позицию в структуре совокупной страховой премии (57,44% или 567,4 млрд. руб.). Крымский ФО принес за неполный год 178 млн. рублей.

В структуре страхования по его формам сохраняется тенденция уменьшения доли добровольных видов страхования, не относящегося к страхованию жизни. Доля обязательных видов стабильна (~18% в течение последних 3 лет), а доля страхования жизни продолжает увеличиваться (с 6,65% в 2014 году до 10,99% в 2016 году). Объем страховых премий по добровольным видам страхования за 2016 год составил 808,92 млрд. рублей, по обязательным - 178,85 млрд. рублей. В отличие от прошлого года, темп роста выплат по добровольным видам (+10,5%, 363 млрд. рублей) превысил темп роста премий (+8,7%). В целом по рынку положительную динамику продемонстрировали премии по всем видам добровольного личного страхования (328,11 млрд. рублей, +11,3% по сравнению с 2015 годом), 6 из 7 видов добровольного страхования имущества (420,4 млрд. рублей, +5,9%), 5 из 8 видов добровольного страхования ответственности (37,85 млрд. рублей, +10,3%). Все виды имущественного страхования, кроме сельскохозяйственного страхования, средств водного транспорта и имущества физических лиц, показали темп роста ниже среднерыночного. Наиболее существенные изменения коснулись страхования средств железнодорожного транспорта, премии по которому сократились на 16,8%. В структуре премий по добровольным видам основная часть приходится на страхование средств наземного транспорта (27,02%), ДМС (15,34%), страхование от несчастных случаев (11,81%), страхование жизни (13,42%), страхование имущества юридических лиц (13,87%) [15, с.44].

Лидирующими видами по темпам роста премий по добровольным видам стали страхование имущества граждан (+29,4% к прошлому году), страхование жизни (+27,9%), сельскохозяйственное страхование (+16,3%), страхование ответственности владельцев железнодорожного транспорта (+202,7%), за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору (+668%) и ответственности за причинение вреда третьим лицам (+24,5%). Что

касается объема премий, наибольший прирост дали страхование жизни (+23,7 млрд. рублей) и ОСАГО (+16,7 млрд. рублей).

Анализируя динамику рентабельности страховой деятельности, отмечается её снижение. Кризис не обошел стороной страховщиков. Практически все компании столкнулись с проблемой падения рентабельности собственного капитала, активов, страховой деятельности, о чем можно судить из данных, приведенных в таблице 3.2.

Таблица 3.2

Финансовые результаты страховых компаний, осуществляющих деятельность на российском страховом рынке (тыс. руб.)

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Объем премий по прямому страхованию	812 469 018	904 863 559	987 772 587
Комиссионное вознаграждение	117 149 354	147 835 411	151 327 583
Выплаты по прямому страхованию	370 781 953	420 769 030	472 268 587
Передано в перестрахование	114 789 933	120 157 653	138 447 778
Доля перестраховщиков в выплатах	26 403 470	25 807 013	38 727 314
Финансовый результат (без учета входящего перестрахования)	236 151 248	241 908 478	264 455 953
Премии по входящему перестрахованию	42 798 000	44 732 071	48 447 064
Выплаты по входящему перестрахованию	13 989 136	14 302 023	18 776 561
Финансовый результат (с учетом входящего перестрахования)	264 960 112	272 338 526	294 126 456

Источник: [15, с.44]

С учетом управленческих и прочих расходов показатели чистой прибыли в целом по рынку сократились. Резервов для сокращения затрат в ближайшее время будет немного. Страховщикам предстоит перейти на новый план счетов, внедрить электронные продажи, что потребует затрат на реформацию и поддержание ИТ-систем. Рентабельность страхового бизнеса стремится к 0. Давление на рентабельность оказывают высокие расходы на ведение дела и убыточность моторных видов. Коэффициент комбинированный убыточности у большинства компаний, занимающихся автострахованием, превышает 105%. В таких условиях инвесторы теряют интерес и выводят капитал из этого сегмента.

Политические риски оказывают дополнительное давление на иностранных инвесторов, в результате иностранный капитал уходит с российского страхового рынка. Замена низколиквидных активов на удовлетворяющие требованиям ЦБ на ежедневной основе требует дополнительных ресурсов от собственников, а поскольку из 400 страховщиков реально работают около 250, сокращение их числа неизбежно. Таким образом, несмотря на достаточно стабильный состав участников, надежность многих страховых компаний ухудшилась.

В соответствии с законодательством страховые компании уплачивают федеральные, региональные и местные налоги. Страховщиками не могут применяться специальные налоговые режимы.

Российский страховой рынок можно описать рядом проблем, от разрешения, которых зависит не только его стабильность, но и существование в дальнейшем. Выделим же несколько основных проблем:

1. Отрицание того, что страхование может быть стратегическим звеном экономики государства. Вследствие чего страховые услуги теряют не только свою привлекательность, но и становятся невыгодными.

2. Отсутствие инвестиционных инструментов. Так как страховые ресурсы регулируются государством, то отклонение от установленных правил со стороны страховых компаний может стоить им лицензии на право занятия страховой деятельностью.

3. Введение обязательных видов страхования.

4. Развитие долгосрочного страхования жизни.

5. Региональное несоответствие и неразвитость инфраструктуры страхового рынка.

Говоря о перспективах развития российского страхового рынка, отметим, что в 2013 году была разработана и принята Стратегия развития страховой деятельности в Российской Федерации до 2020 года [7]. Основными её направлениями являются:

- совершенствование регулирования обязательного страхования;
- стимулирование развития добровольного страхования;
- расширение сферы деятельности субъектов страхового дела;
- развитие инфраструктуры страхового рынка;
- оптимизация системы управления рисками за счет бюджетных средств;
- развитие системы сельскохозяйственного страхования;
- повышение эффективности форм и методов государственного контроля и надзора за субъектами страхового дела и обеспечения их финансовой устойчивости;
- защита прав потребителей страховых услуг, повышение страховой культуры, популяризация страхования;
- усиление роли российского страхового рынка на международном уровне.

Однако в сложившейся ситуации на финансовом рынке РФ, и в частности в сфере страхования, в условиях ухода с рынка ряда страховых компаний, низкой рентабельности их деятельности и непривлекательности в плане вложения инвестиционных ресурсов, ухудшения финансового состояния многих клиентов и наличия ряда других кризисных явлений стратегии развития даже на 3 года разработать не представляется возможным. Качественного изменения рынка по итогам 2017 году ждать не следует. Рост премий обусловлен в основном ростом тарифов, но едва ли покроет инфляционную составляющую.

В условиях снижения темпов развития бизнеса развитие страхового рынка во многом будет зависеть от организации финансовой деятельности самих страховщиков и качества оказываемых ими услуг. В связи с этим представляется актуальным совершенствование механизма страхования с целью повышения качества оказания услуг в интересах имеющих и вновь привлеченных клиентов. Особое внимание должно быть уделено развитию дистанционного обслуживания клиентов посредством продажи электронных

полисов; расширению неагентских контактов продаж; снижению пагубного влияния проблемы страхового мошенничества; интенсификации продаж страховых продуктов в сфере МСП; совершенствованию механизма урегулирования убытков по ОСАГО в рамках Бельгийской модели; оживлению сегмента добровольного страхования ответственности автовладельцев и другим прогрессивным направлениям деятельности страховых компаний.

Исходя, из вышесказанного, можно сделать вывод, что у страхования значительная роль, как в жизни человека, так и в жизни государства. Ведь именно страхование увеличивает инвестиционный запас страны, который решает вопросы социального и пенсионного обеспечения. Поэтому для устойчивости в последующем улучшении страховой структуры необходимы молодые и талантливые специалисты со свежим взглядом на проблематику данной сферы. Которые в свою очередь будут пропагандировать населению страховую культуру, и улучшать страховой рынок страны в целом.

3.2. Перспективы развития ПАО «Альфастрахование» на финансовом рынке РФ

По результатам проведенного анализа основными недостатками деятельности предприятия являются:

- отсутствие единой аналитической платформы для анализа финансовой информации;
- слабая работа по росту продаж страховых продуктов на территории страны, кроме ЦФО, что обусловлено недостаточным уровнем узнаваемости компании, с одной стороны, и пониженной эффективностью работы персонала, отвечающего за продажи, с другой стороны.

Именно эти направления должны лечь в основу корректировки финансовой стратегии ПАО «Альфастрахование».

Проведем сравнительный анализ возможных инструментов продвижения для услуг ПАО «Альфастрахование» на основе актуальности выбора

инструментов продвижения на основе опыта компаний со сходной сферой деятельности (консалтинг, исследование рынков, финансовые услуги).

Таблица 3.3

Сравнительный анализ коммуникаций

Наименование средства финансовых коммуникаций	СОГАЗ	РЕСО	ИНГОССТРАХ	Росгосстрах
Реклама на ТВ	+	+	-	-
Газеты	+	+	+	+
Радио	+	-	+	-
Прочие печатные СМИ	+	+	+	+
Билборды в городе/ транспорт	+	+	+	-
Реклама в социальных сетях	+	+	+	-
ВКонтакте	+	+	+	-
Facebook	+	+	+	-
Собственный блог	+	+	+	+
Прямой маркетинг:				
почтовая связь	-	-	-	-
e-mail	+	+	+	+
Sms	-	-	-	-
Статьи на профессиональных форумах/сайтах:	+	+	+	+
Веб сайт компании	+	+	+	+
Прочие виды интернет-рекламы:				
Интерактивная интернет-реклама (Instagram, Foursquare, ViralMarketingBomb)	+	-	-	-
Контекстная и баннерная реклама в поисковиках Яндекс, Рамблер,	+	+	+	+

Источник: составлено автором на основании [16, с.15].

Таким образом, наиболее применяемыми средствами рекламы и продвижения для данных услуг являются печатные СМИ, реклама в виде билбордов и реклама на транспорте, а также все виды интернет-коммуникаций (социальные сети, собственный сайт, профессиональные статьи и обзоры). Дополнительно следует применить новые возможности интерактивной интернет-рекламы и методы вирусного маркетинга.

Наиболее важной проблемой, выявленной в главе 2, является медленный рост рынка и количества покупателей, следовательно, основной целью коммуникационной компании ПАО «АльфаСтрахование» является

привлечение максимально возможного числа новых клиентов и удержание имеющихся, что должно решить выявленную проблему.

Наиболее эффективными в данном случае будут методы рекламы и продвижения, применяемые СОГАЗ, так как именно данная компания лидирует по узнаванию в сети, что показывают большое число запросов и постоянный рост клиентов (согласно получаемым данной компанией результатам системы продвижения, которые позволяют достигать прироста числа клиентов на уровне 3-5 % в месяц).

Как видно из таблицы 3.3, основное отличие коммуникационной политики данной компании - применение интерактивной интернет-рекламы (только эта компания использует данный вид).

Следовательно, для ПАО «АльфаСтрахование» будет полезным использовать именно эти средства рекламы и продвижения.

Таким образом, разработанная стратегия рекламы и продвижения ПАО «АльфаСтрахование» с использованием информационных технологий принесет запланированный результат в виде роста количества посетителей сайта, а следовательно – увеличению числа клиентов, рост доли рынка и выручки компании.

Для определения стоимости проекта нам необходимо рассчитать стоимость всех ресурсов.

На данной стадии бюджет проекта является предварительным. Затратная составляющая бюджета называется сметой проекта.

Стоимость необходимых ресурсов рассмотрим в смете проекта (таблица 3.4) согласно выявленным потенциальным ресурсам, которые необходимо приобрести для осуществления проекта.

Стоимость ресурсов, отраженных в смете проекта является приблизительной и может быть увеличена в период реализации проекта, что изменит и общую стоимость проекта.

Поэтому возникает необходимость создания резервного фонда проекта, который будет составлять 15% от стоимости проекта, что составит 48 300 руб. Таким образом, общая стоимость проекта составит 370 300 рублей.

Таблица 3.4

Смета проекта формирования и внедрения МИС

Название ресурса	Стоимость, руб.
Стоимость услуг по договору	120 000
Компьютерное оборудование для обеспечения проекта	140 000
Премии проектной команде	62 000
Итого:	322 000

Источник: составлено автором на основании [5, с.56]

В ходе реализации проекта существует вероятность возникновения рисков событий, способных повлиять на ход проекта и его стоимость.

Риски определяются исходя из задач целевой структуры проекта (таблица 3.5).

В качестве наиболее вероятных рисков выделены следующие:

- коммерческие риски: изменение цен на покупку компьютерного оборудования и увеличение стоимости работы по созданию программного обеспечения, т.е. выход за бюджет проекта;
- производственные риски: нехватка времени на освоение обучающего курса, что увеличит время осуществления проекта;
- организационно-управленческие риски: ошибки и неточности в разработке Положения о внедрении МИС, и изменении должностных инструкций для сотрудников, задействованных в МИС.

Таким образом, выявленные риски можно нейтрализовать путем резервирования денежных средств и времени на реализацию той или иной задачи проекта, разработанная стратегия рекламы и продвижения ПАО «Альфастрахование» с использованием информационных технологий

принесет запланированный результат в виде роста количества посетителей сайта

Таблица 3.5

Проектные риски

Задача целевой структуры проекта	Вид риска	Методы управления рисками
покупка компьютерного оборудования	коммерческий	Резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов (15% от стоимости проекта)
Разработка МИС	коммерческий	Резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов (15% от стоимости проекта)
Изменение должностных инструкций для сотрудников	Организационно-управленческий	Нейтрализация за счет временного резерва
Разработка Положения о МИС	Организационно-управленческий	Нейтрализация за счет временного резерва
Проведение обучения сотрудников	Производственный (срыв графика работ)	Нейтрализация за счет отведения на решение задачи большего времени

Источник: составлено автором на основании [18, с. 63].

Медиа-план продвижения ПАО «Альфастрахование» на финансовом рынке, включающий выбранные формы медийной рекламы, представлен в таблице 3.6.

Таблица 3.6

Медиаплан ПАО «Альфастрахование»

Средство	Срок	Наименование	Количество за год, шт.	Стоимость размещения, руб.	Стоимость за год, руб.
Инстаграмм	В течение всего года	фотоконкурс	26	36 000	199000
		«Альфастрахование» везде и во всем	26	163 000	
Foursquare	В течение всего года	Почетный гость	-	162000	422000
		Бальный бум	52	5000	
ViralMarketingBomb	В течение всего года	Слухами земля полнится	-	129000	129000
Сайт компании	В течение всего года	Интернет-площадка для обсуждения услуг	-	500000	500000

Источник: составлено автором на основании [5, с.56]

Далее необходимо определить сроки проведения отдельных элементов

программы продвижения и формирование бюджета мероприятий (таблица 3.7). При этом следует отметить, что бюджет строился в соответствии с целями и задачами, то есть верхнего ограничения по сумме затрат не было.

Таблица 3.7

Бюджет программы продвижения

	Цена за ед., руб.	Количество размещений (период размещения), за год	Итого, руб.
фотоконкурс	30000-пользование сервисом 6000 – призовой фонд	26 (1 раз в 2 недели)	36000
«Альфастрхование» везде и во всем	150000-пользование сервисом 13000 – призовой фонд	26 (1 раз в 2 недели)	163000
Почетный гость	150000-пользование сервисом 12000 – призовой фонд	-	162000
Балльный бум	5000	52 (еженедельно)	260000
Слухами земля полнится	пакет – 9000сумма скидок - 120000	-	129000
Страница на сайте для обсуждения услуг (включая стоимость бонусов и поощрений самым активным посетителям площадки)	500000	-	500000
Итого			1250000

Источник: составлено автором на основании [5, с.56]

Все указанные мероприятия сведем в итоговый план по месяцам исполнения и элементам рекламной кампании (таблица 3.8).

Суммарные годовые рекламные затраты составляют 1250 тыс. руб., максимальные затраты приходятся на январь, так как именно в этот месяц формируется интернет-площадка на сайте компании.

Таблица 3.8

План и бюджет производства коммуникационной программы ПАО
«Альфастрахование»

	Инстаграмм	Форксквер	Вирал Маркетинг	Сайт	Итого
январь	22961,5	40576,92	10750	280000	354288,42
февраль	15307,7	32461,54	10750	20000	78519,24
март	15307,7	32461,54	10750	20000	78519,24
апрель	15307,7	32461,54	10750	20000	78519,24
май	15307,7	40576,92	10750	20000	86634,62
июнь	15307,7	32461,54	10750	20000	78519,24
июль	15307,7	32461,54	10750	20000	78519,24
август	15307,7	40576,92	10750	20000	86634,62
сентябрь	15307,7	32461,54	10750	20000	78519,24
октябрь	15307,7	32461,54	10750	20000	78519,24
ноябрь	15307,7	32461,54	10750	20000	78519,24
декабрь	22961,5	40576,92	10750	20000	94288,42
Итого	199000	422000	129000	500000	1250000

Источник: составлено автором (примерный план)

Таким образом, итоговый медиа-план показывает, что в течение всего года будут проводиться рекламные мероприятия, усиливающие информационную известность ПАО «Альфастрахование» на рынке в регионах, что привлечет новых посетителей и увеличит выручку предприятия. При внедрении в деятельность ПАО «Альфастрахование» предложенных мероприятий по повышению уровня мотивации сотрудников планируется следующее изменение значимости мотивационных факторов (таблица 3.9).

Рассчитаем эффект от внедрения предложенных мероприятий в деятельность ПАО «АльфаСтрахование» .

Таблица 3.9

Измененная значимость мотивационных факторов для персонала ПАО
«АльфаСтрахование»

Мотивационные факторы	Уровень значимости, %		
	Низкий	Средний	Высокий
1. Уровень заработной платы и материальных поощрений	9,12	13,47	14,32
2. Возможность карьерного роста	11,30	8,99	3,38
3. Стабильность бизнеса	5,40	8,18	9,18
4. Соответствие выполняемой работы личным способностям и ожиданиям	4,78	5,42	5,98
5. Достижение уважения сотрудников и руководителей	2,15	3,18	6,16
6. Удовлетворенность от работы	0,50	6,18	8,92
7. Комфорт на рабочем месте, график работы, отпускная система	12,60	8,53	9,34
8. Общая престижность деятельности	12,12	11,60	8,79
9. Возможность профессионального роста и обучения	5,79	6,99	11,86
10. Уровень конфликтности в коллективе	15,93	14,63	11,56
11. Использование личной инициативы в работе	10,19	7,43	6,06
12. Уровень ответственности и полномочий	10,12	5,40	4,45

Источник: составлено автором на основании [22,с. 155].

Достижение цели увеличения числа клиентов. Хотя ПАО «АльфаСтрахование» уже достаточно известна на рынке и в сети, но необходим новый постоянный приток клиентов, который и будет обеспечиваться выбранными средствами. К тому же необходимо не только привлечь новых посетителей сайта, но и подвести их к покупке услуг компании. Показателями, определяющими данную эффективность, являются: для привлечения новых потенциальных клиентов: число показов, количество уникальных показов, частота показов, стоимость тысячи показов (СРМ), стоимость тысячи уникальных показов (СРУИ). Статистические данные на сервере позволят

определить число кликов, а также число уникальных кликов. Полученные данные помогут рассчитать соотношение числа кликов к показам (CTR) и, соответственно, среднюю стоимость клика (CPC), среднюю стоимость уникально клика (CPUC).

Оценка показателей эффективности достижения первой цели рекламной кампании представлена в таблице 3.10.

Таблица 3.10

Расчет показателей эффективности достижения 1 цели

Показатель	инстаграм	форксвер	вирусный маркетинг	интернет-площадка	итого
Число показов	15000	20000	40000	75000	150000
Число уникальных показов	5250	7000	14000	26250	52500
Частота показов	2,86	2,85	2,86	2,86	2,86
СРМ, рублей	199	422	129	500	1250
СРУ, рублей	568,57	1205,71	368,57	1428,57	3571,43
Число кликов	685	915	1830	3430	6860
Число уникальных кликов	675	900	1800	3375	6750
CTR, %	4,50	4,50	4,50	4,50	18,00
СРС, рублей	290,51	461,20	70,49	145,77	182,22
СРУС, рублей	294,81	468,89	71,67	148,15	983,52

Источник: составлено автором данных таблиц 3.1-3.9

Для информирования новых клиентов об услугах компании: число уникальных пользователей (число неповторяющихся пользователей, посетивших веб-сайт компании за определенный период времени, то есть

численность привлеченной аудитории) и общее количество посещений. Частота посещений в таком случае рассчитывается как отношение первого ко второму и определяет сколько раз (в среднем) пользователи заходят на веб-сайт рекламодателя за определенный период времени. Пользователя отличаем от просто кликнувшего временем нахождения на сайте или количеством просмотренных страниц. Важным показателем является глубина просмотра страниц, определяемая числом страниц, просмотренных каждым пользователем за одно посещение. Вычисляется по формуле:

$$GP = PI/V \quad (2)$$

где:

- GP - глубина просмотра;
- PI — число просмотров страниц;
- V— число посещений.

Статистические данные на сервере показывают пути по сайту, то есть маршруты перемещения пользователей по веб-сайту рекламодателя. Этот анализ позволяет сделать выводы об основных интересах пользователей, поведенческих характеристиках, удобстве навигации сайта и т. п.

Статистика также определяет длительность посещения, то есть время, проводимое пользователем на веб-сайте за одно посещение. CPUU (costperuniqueuser) — стоимость одного уникального посетителя вычисляется по формуле:

$$CPUU=C/UU \quad (3)$$

где:

- C— стоимость размещения рекламы;
- UU— число уникальных пользователей;

- CPV (costpervisit) — стоимость одного посещения;
- СТИ – доля заинтересованных посетителей из общего числа, пролиставших хотя бы несколько страниц.

Оценка показателей эффективности представлена в таблице 3.11.

Таблица 3.11

Показатели эффективности достижения 2 цели

Показатель	инстаграм	форксвер	вирусный маркетинг	интернет-площадка	итого
Число посетителей	650	900	1600	3200	6350
Число уникальных посетителей	320	455	790	1580	3145
Частота посещений	0,49	0,51	0,49	0,49	0,50
Глубина просмотра	2,31	2,22	2,50	2,34	2,36
Длительность посещения, мин.	2	2	3	7	14
СРУУ, рублей	621,88	927,47	163,29	316,46	397,46
СРV, рублей	306,15	468,89	80,63	156,25	196,85
СТИ, %	49,2	50,6	49,4	49,4	198,5363

Источник: составлено автором данных таблиц 3.1-3.10

Получение новых заказов на услуги, что определяется числом пользователей, оставивших заявку на сайте. Общее число заказов и количество оплаченных заказов (новых клиентов) подсчитываются как в ходе рекламной кампании, так и в течение определенного периода времени после её окончания. Оценка показателей эффективности достижения четвертой цели рекламной кампании представлена в таблице 3.12.

Таблица 3.12

Показатели эффективности достижения 3 цели

Показатель	инстаграм	форксвер	вирусный маркетинг	интернет-площадка	итого
Число заказов	64	91	158	316	629
Число клиентов	52	72	125	253	502
СРО, рублей	3826,92	5861,11	1032,00	1976,28	2490,04
СРСr, рублей	3109,38	4637,36	816,46	1582,28	1987,28
СТВ, %	10,36	14,34	24,90	50,40	100,00

Источник: составлено автором данных таблиц 3.1-3.11

Достижение цели увеличения выручки. Изменение выручки от реализации в результате проведения акций определяется нормативным методом – рост на 10% от достигнутого уровня 2016 года, что составит 12886,6 тыс. руб.

Финансовая эффективность проекта мероприятий финансовой стратегии рассчитана в таблице 3.13.

Таблица 3.13

Организационно-технологические показатели эффективности проекта

Показатель	Оценка, %		
	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий	Абсолютный прирост
Рабочее время по плану	100	100	-
Потери рабочего времени	15	7,5	+7,5
Производительность труда возможная	100	100	
Изменение производительности труда	20	10	+10
Экономия численности сотрудников за счет внедрения мероприятий:	16,1		
В т.ч. экономия за счет уменьшения потерь рабочего времени	$100 - (1 / (1 + 0,075)) * 100 = 7,0$		
экономия за счет роста производительности труда	$100 / (1 / 0,1 + 1) = 100 / 11 = 9,1$		

Источник: составлено автором данных таблиц 3.1-3.12

Из расчета видно, что внедрение мероприятий финансовой стратегии, позволяющих снизить статистические потери рабочего времени вдвое (7,5 %), и сократить падение производительности труда на 10 %, дадут в сумме эффект экономии численности работников в 16,1 %.

Таким образом, предприятию, для сохранения объемов производства достаточно будет на 16,1 % меньше списочного состава производственных работников, или при сохранении плановой численности соответственно увеличится объем производства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог данной диссертационной работе, необходимо сделать следующие выводы:

Страхование – это способ защиты собственных интересов, благосостояния при неблагоприятном стечении обстоятельств. Вероятность наступления таких событий сравнительно невелика, но в целом достаточно реальна.

Страховые компании - это финансовые посредники, которые специализируются на предоставлении страховых услуг. Их деятельность состоит в формировании на основании договоров с юридическими и физическими лицами (через продажу страховых полисов) специальных денежных фондов, из которых осуществляются выплаты страхователям денежных средств в обусловленных размерах в случае наступления определенных событий (страховых случаев).

Сегодняшний страховой рынок стоит на пороге технологической революции. Объем интернет-продаж за 3 года вырос более чем в 3 раза, и если прибавка в 2015 году составила всего 363 млн рублей, то в 2016 - уже 2,3 млрд рублей. Активное развитие этот канал получил после введения е-полиса ОСАГО. Поскольку с 2017 года это обязательная опция, ожидается стремительный рост продаж электронных полисов.

Российский страховой рынок выдерживает серьезное испытание кризисом: темпы прироста взносов сокращаются (фактически рынок перешел к стагнации), убыточность растет, страховщики испытывают колоссальное давление со стороны других сегментов финансового рынка (волатильность фондового рынка, колебания курсов валют, отзывы лицензий и резкое торможение на банковском рынке).

В то же время сами страховщики обладают серьезными внутренними ресурсами для улучшения отраслевой динамики и ищут новые источники развития: реально повышают качество урегулирования убытков, снижают

издержки, активно продвигают новые продукты — в страховании жизни, развивают продажи некредитных страховых продуктов через банки, активно инвестируют в технологическую составляющую (базы данных и страховых историй, телематику и автоматизацию обработки информации о клиентах, убытках и т.д.).

На финансовом рынке страховые компании выступают, с одной стороны, средством защиты бизнеса и благосостояния людей, а с другой – коммерческой деятельностью, приносящей прибыль за счет вложения временно свободных денег в перспективные объекты материального производства, выгодные проекты (строительство скоростных железных дорог, тоннелей и т.д.), на банковские депозиты, закупки акций предприятий и другое.

Во второй главе данной работы, был проведен анализ роли ПАО «АльфаСтрахования» на российском финансовом рынке. В ходе исследования было выявлено следующее:

Группа «АльфаСтрахование» – одна из крупнейших российских страховых компаний с универсальным портфелем услуг, включающим как комплексные программы защиты интересов бизнеса, так и широкий спектр страховых продуктов для частных лиц. Согласно лицензии, компания предлагает более 100 продуктов, включая продукты по страхованию жизни.

Общая прибыль в 2016 году по сравнению с 2016 годом увеличилась на 355,3%, доходность вложений снизилась с 26,86% в 2016 г. до 6,53% в 2016 г., т.е. на 20,33% произошло качественное снижение данного показателя. В качестве способа повышения доходности вложений можно рекомендовать увеличивать вложения в недвижимость (самый доходный вид вложений), так как норматив вложений активов в недвижимость позволяет это сделать. В следующем разделе описана модель оптимизации активов, принимаемых в покрытие страховых резервов ПАО «АльфаСтрахование».

Компания «АльфаСтрахование» 11 мая 2016 получила доступ к торгам на валютном рынке Московской биржи и провела первые сделки, сообщила

биржа. «Альфастрахование» стала первой страховой компанией, которую напрямую допустили на валютный рынок.

Прямой выход на валютный рынок помогает минимизировать издержки компании. Комиссия биржи, по нашим оценкам, меньше комиссии банков, предоставляющих услуги по конвертации, примерно в 70-80 раз. В первый день компания заключила несколько сделок на 0,5 млн. евро. Потребности в операциях с валютой (как для платежей, так и в рамках инвестиционной деятельности) у компании носят регулярный характер.

В третьей главе данной работы, были разработаны мероприятия по повышению роли ПАО «Альфастрахование» на финансовом рынке России.

Основными мероприятиями, корректирующими положение ПАО «Альфастрахование» на финансовом рынке должны выступать:

- разработка новых продуктов компании;
- разработка годовой рекламной кампании в сети интернет для продвижения продукции компании в регионах;
- разработка более эффективной системы деятельности.

Предложенная программа мероприятий является экономически эффективной, так как приводит к росту абсолютных показателей деятельности предприятия. Таким образом, можно сделать вывод о высокой вероятности эффективности и прибыльности данных мероприятий.

В ходе выполнения данной работы были выполнены следующие задачи:

- рассмотрены страховые компании: понятие, структура, особенности работы;
- изучено современное состояние страхового рынка в России;
- определено место страховых компаний на финансовом рынке;
- дана организационная характеристика ПАО «Альфастрахование»;
- проведен анализ экономических показателей ПАО «Альфастрахование»;
- определено место ПАО «Альфастрахование» на финансовом рынке РФ;

- выявлены проблемы и перспективы развития страхового рынка России;
- определены перспективы развития ПАО «АльфаСтрахование» на финансовом рынке РФ.

Исходя из того, что поставленные задачи были выполнены в полном объеме, можно судить, что цель данного исследования была достигнута.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

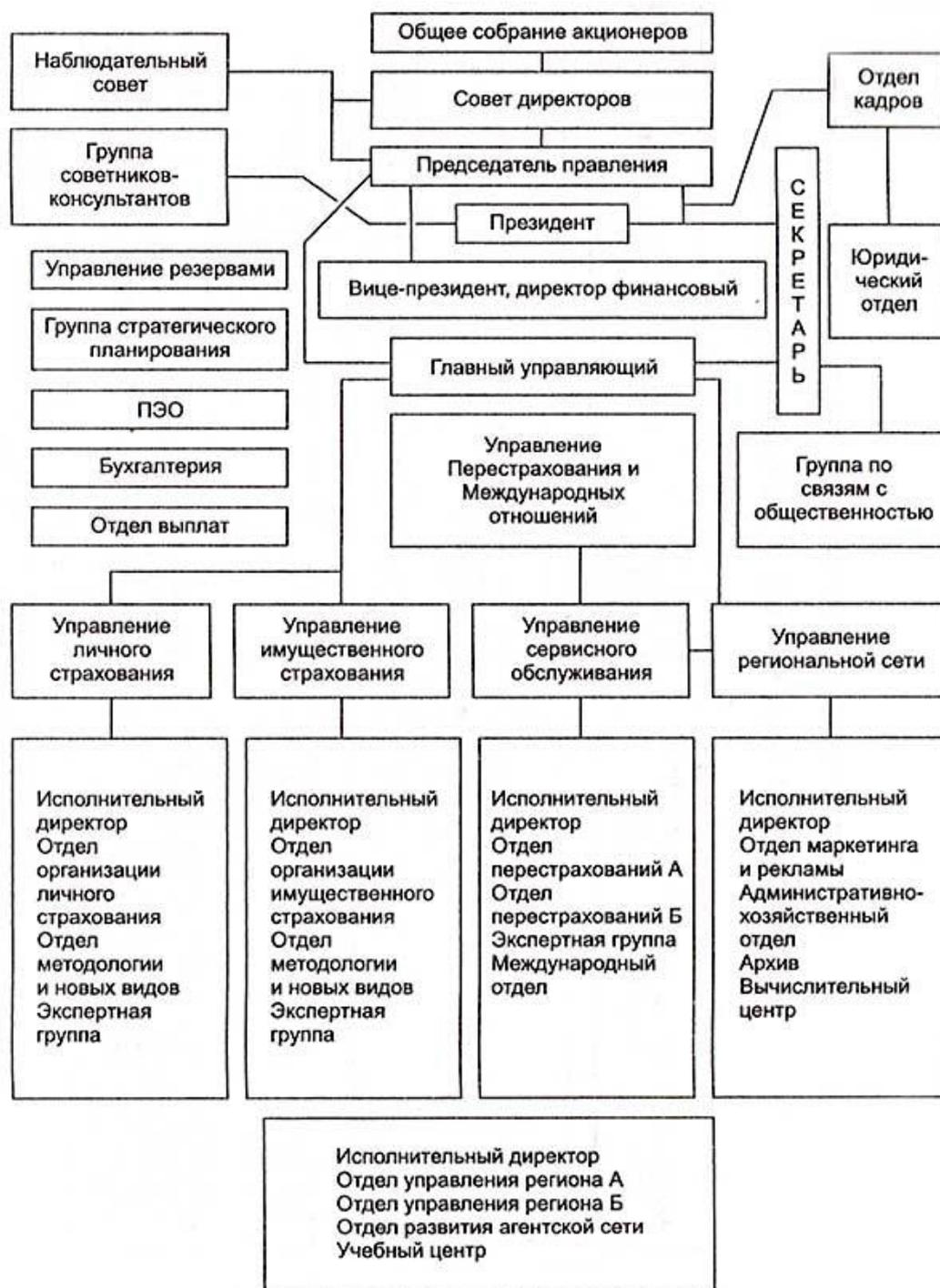
1. Агеев Ш.Р. Страхование: теория, практика, зарубежный опыт.- М.: Дело, 2013. – 348 с.
2. Баланс организации ПАО «АльфаСтрахование».
3. Берестова, Т. Ф. Поисковые инструменты библиотеки / Т. Ф. Берестова // Библиография. – 2006. – № 6. – С. 19.
4. Бухгалтерские годовые отчеты ПАО «АльфаСтрахование» за 2015 и 2016 годы.
5. Гайдаенко, Т. А. Маркетинговое управление: принципы управленческих решений и российская практика / Т. А. Гайдаенко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Эксмо : МИРБИС, 2008. – 508 с.
6. Годовые отчеты ПАО «АльфаСтрахование» за 2015 и 2016 годы.
7. Гомелля В.Б. Специфика страхового спроса и предложения в РФ на современном этапе // Финансы. — 2017. - № 2. – С. 10-16.
8. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.08.2016). – Режим доступа: [http:// www.consultant.ru/document/](http://www.consultant.ru/document/) (дата обращения: 20.11.2017)
9. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 23.05.2016). – Режим доступа: [http:// www.consultant.ru/document/](http://www.consultant.ru/document/) (дата обращения: 20.11.2017)
10. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 03.07.2016). – Режим доступа: [http:// www.consultant.ru/document/](http://www.consultant.ru/document/) (дата обращения: 20.11.2017)
11. Грищенко Н.Б. Эволюция форм страховой защиты // Финансы. — 2012.-№ 12. – С. 97-102.
12. Деньги. Кредит. Банки. Ценные бумаги. [Электронный ресурс]: практикум: учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по спец. эконом. и управления /

- ред. Е. Ф. Жуков. – 2-е изд., перераб. и доп. – Электрон. дан. – Москва : Юнити-Дана, 2011. – 1 эл. опт. диск (CD-ROM). – (Электронный учебник).
13. Закон РФ от 27.11.1992 № 4015-1 (ред. от 03.07.2016) «Об организации страхового дела в Российской Федерации». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document/> (дата обращения: 20.11.2017)
 14. Зубец А.Н. Страховой маркетинг. - М.: Издательский дом «АНКИЛ», 2012.- №5. - С. 55-63.
 15. Качалова Е.Ш. Актуальные макроэкономические проблемы российского страхования // Финансы. - 2013. -№ 10. – С. 50-53.
 16. Климова М.А. Страхование: Учебное пособие. - М.: Издательство МГУП, 2013. – 364 с.
 17. Коломин Е.В. Теоретические и практические аспекты усиления социальной ориентации в развитии страхового дела. / Материалы 4-й конференции ВНСО (июль 2012 г.). М.: Страховое ревю, 2013. – 150 с.
 18. Конституция Российской Федерации: офиц. текст. – М. : Дашков и К, 2011. – 40 с.
 19. Краснова И., Казей И., Намсараев Д. Некоторые аспекты страхового маркетинга // Страховое ревю». — 2012. -№ 2. – С. 40-44.
 20. Кричевский Н.А., Волжанин Д.А. Проблемы и перспективы развития страховой инвестиционной деятельности // Финансы. — 2014. -№ 11. – С. 81-84.
 21. Лазутина, Д. В. Налогообложение предприятий : учеб. пособие / Д.В. Лазутина. – Тюмень : Изд-во ТюмГУ, 2012. – 284 с.
 22. Лайков А.Ю. Перспективы привлечения иностранных инвестиций на российский страховой рынок // Финансы. - 2013. -№ 5. – С. 131-135.
 23. Международные валютно-кредитные отношения: Учебник / Г.Л. Авагян, Ю.Г. Вешкин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. - 704 с.

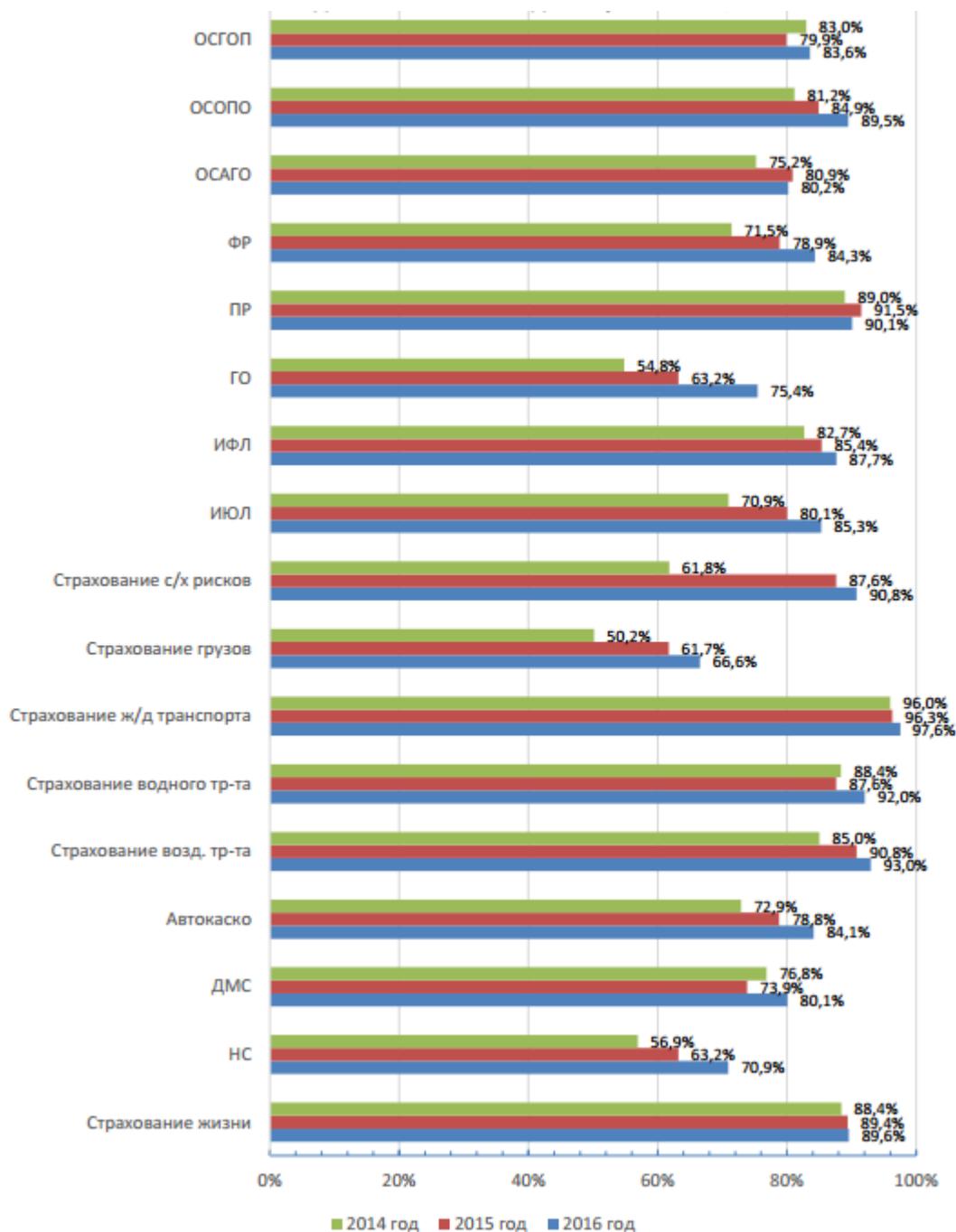
24. Международные финансы: Учебное пособие / В.С. Золотарев, А.Я. Черенков. - 3-е изд., - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.
25. Муравьева И.П. Некоторые аспекты развития мирового и российского рынка страхования // Финансы. - 2015. -№ 2. – С. 5-8.
26. Насырова, Г. А. Модели государственного регулирования страховой деятельности / Г. А. Насырова // Вестник Финансовой академии. – 2003. - № 4. – С. 35-45.
27. О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации: Федеральный закон от 23 декабря 2003 года № 177-ФЗ. – Режим доступа: [http:// www.consultant.ru/document/](http://www.consultant.ru/document/) (дата обращения: 20.11.2017).
28. Орланюк-Малицкая Л.А. Введение в маркетинг страхования. В. Елизаров // Маркетолог. – 2012. - №4. – С. 64-67.
29. Официальный сайт ОАО «Альфастрахование» - <http://www.alfastrah.ru/>
30. Положение о маркетинговом отделе ПАО «Альфастрахование» за 2015 и 2016 годы.
31. Распоряжение Правительства РФ от 22.07.2013 № 1293-р. – Режим доступа: [http:// www.consultant.ru/document/](http://www.consultant.ru/document/) (дата обращения: 20.11.2017).
32. Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ). – Режим доступа: [http:// www.consultant.ru/document/](http://www.consultant.ru/document/) (дата обращения: 20.11.2017).
33. Рыбина, З. В. Экономика [Электронный ресурс] / З. В. Рыбина. – М. : Директ-Медиа, 2012. - 497 с.
34. Скамай Л. Г., Мазурина Т.Ю. Страхование дело: Учеб. Пособие. — М.: ИНФРА —М, 2013. – 287 с.
35. Сплетухов Ю.А. Место и роль государства в организации страховании в современных условиях // Финансы. — 2012. - № 9. – С. 31-35.

36. Сухов В. А. Государственное регулирование финансовой устойчивости страховых компаний. — М.: Анкил, 2012. — 322 с.
37. Турбина Е.К. Современный страховой рынок в условиях глобализации мировой экономики // Финансы. — 2012. - № 6. — С. 218-222.
38. Турбина Е.К. Тенденции развития мирового рынка страхования. -М.: Анкил, 2012. — 260 с.
39. Устав организации ПАО «АльфаСтрахование».
40. Фатеев А.Ф. Об исследовании отчетного и реального рынка страхования в России // Финансы. — 2012. - № 3. — С. 360-389.
41. Финансовые результаты организации за 2015 и 2016 годы.
42. Хэмптон Д.Д. Финансовое управление в страховых компаниях. — М.: Издательский центр «Анкил», 2012. — 195 с.
43. Цисарь И.Ф., Чистов В.П., Лукьянов А.И. Оптимизация финансовых портфелей, страховых компаний, пенсионных фондов. — М.: Дело, 2012. — 276 с.
44. Цыганов А.А. Возможность использования гарантийных фондов в страховании// Финансы. - 2015. -№ 2. — С. 49-54.
45. Цыганов А.А. Финансовая прозрачность и раскрытие информации в страховом деле // Финансы. - 2014. -№ 6. — С. 83-88.
46. Цыганов А.А., Лайков А.Ю. Проблемы развития страхового рынка // Финансы. - 2017. -№ 3. — С. 90-95.
47. Шахов В.В. Зарождение страховой науки в России // Финансы. — 2012. -№ 4. — С. 23-27.
48. Ширинян Л.В. Достижение финансовой устойчивости страховых компаний // Финансы. 2014. - № 6. — С. 29-34.
49. Юрченко Л.А. Страховой рынок России: некоторые тенденции и перспективы // Финансы. - 2012. -№ 6. — С. 67-70.
50. Яшина Н.М. Сущность и виды страхового портфеля // Финансы. — 2013. - № 2. — С. 79-83.

Внутренняя структура страховых компаний

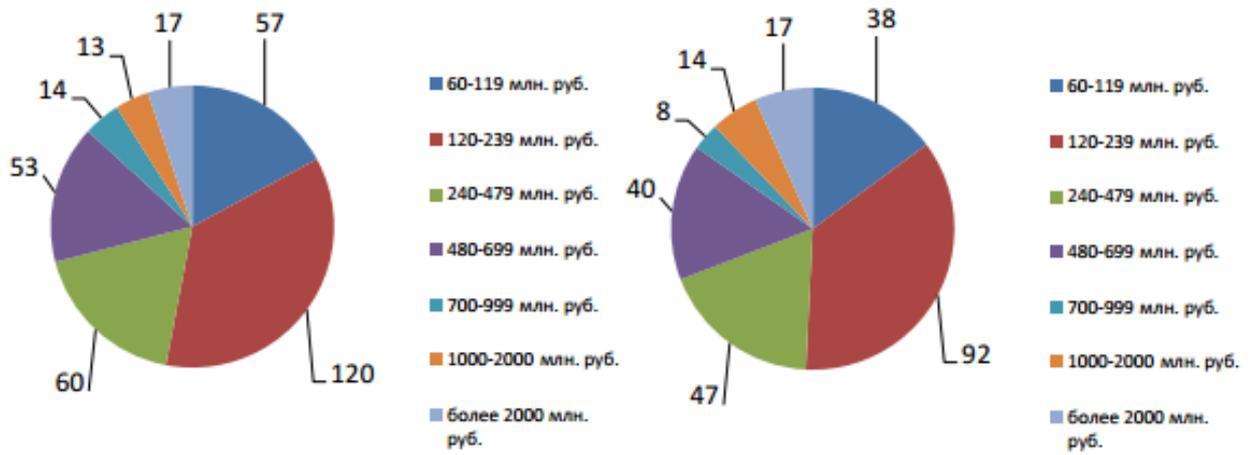


Изменение доли ТОП-10 по видам страхования, 2014-2016 г.г.



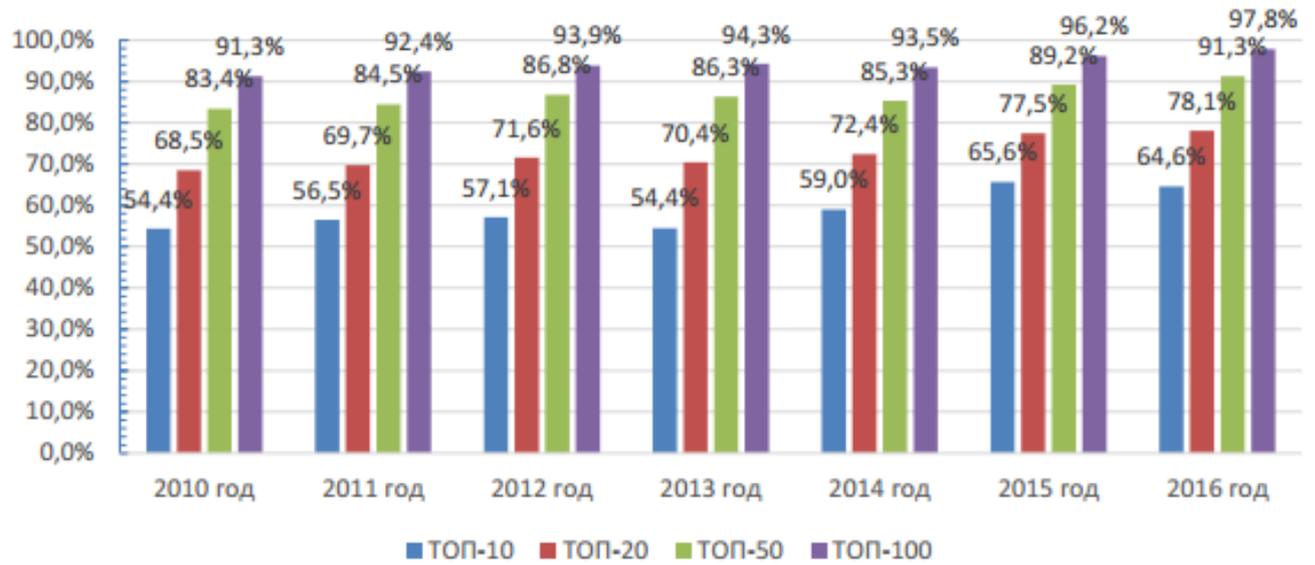
ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Распределение компаний по размеру уставного капитала



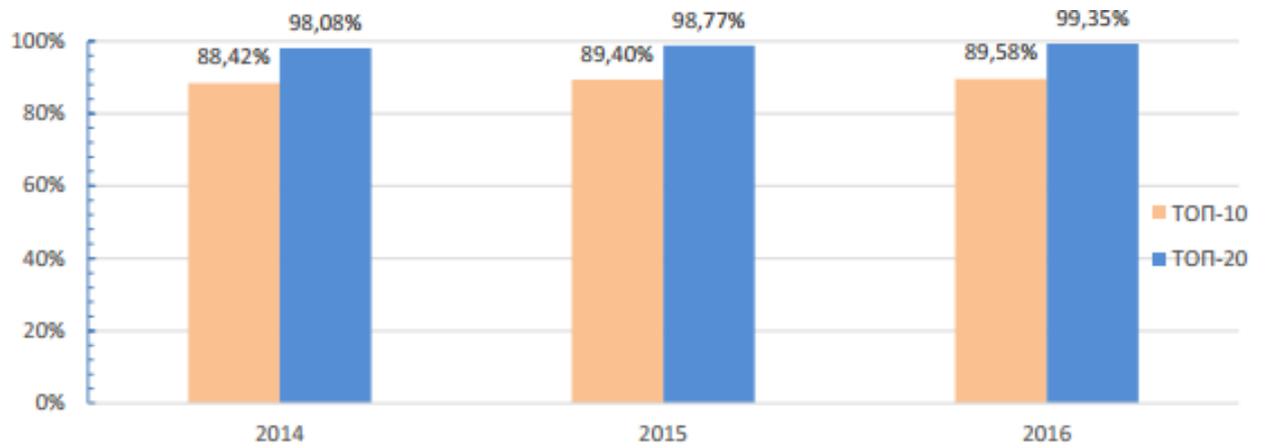
ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Изменение концентрации страхового рынка, 2010-2016 г.г.

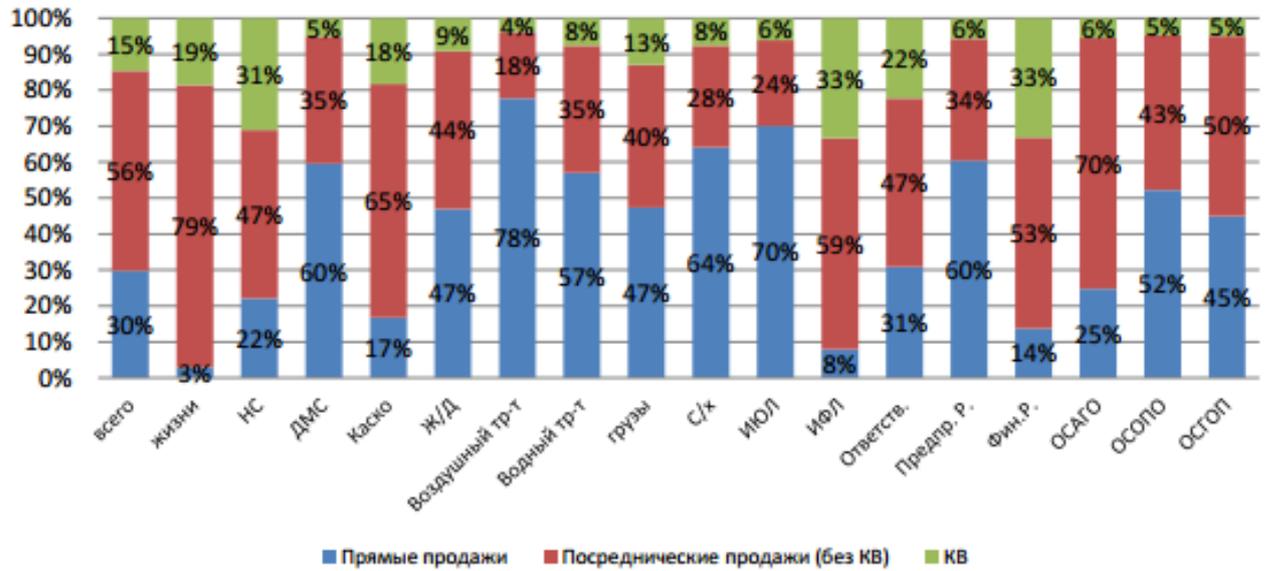


ПРИЛОЖЕНИЕ 5

Изменение концентрации в сегменте страхования жизни, 2014-2016 г.г.



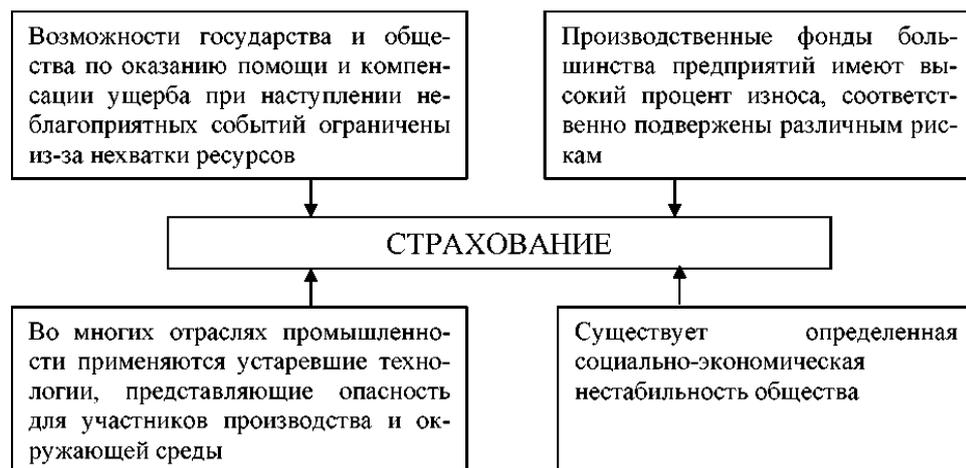
Прямые и посреднические продажи по видам страхования



Причины возрастания значения страхования в современных условиях



Причины возрастания значения страхового бизнеса в России

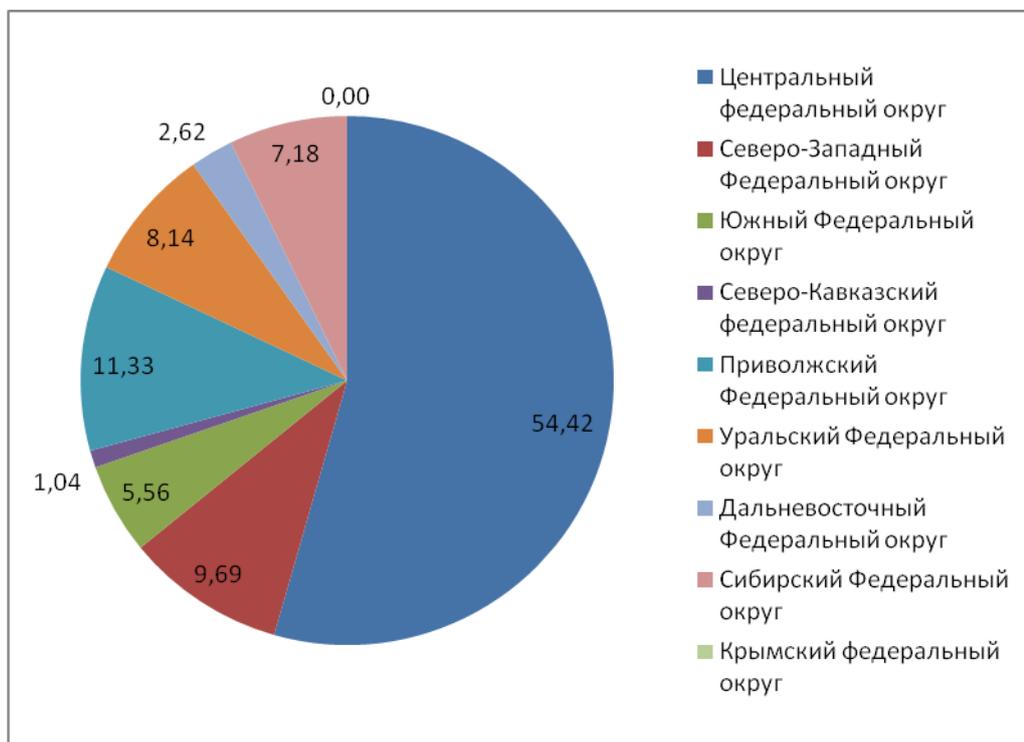


Компании-лидеры в области страхования

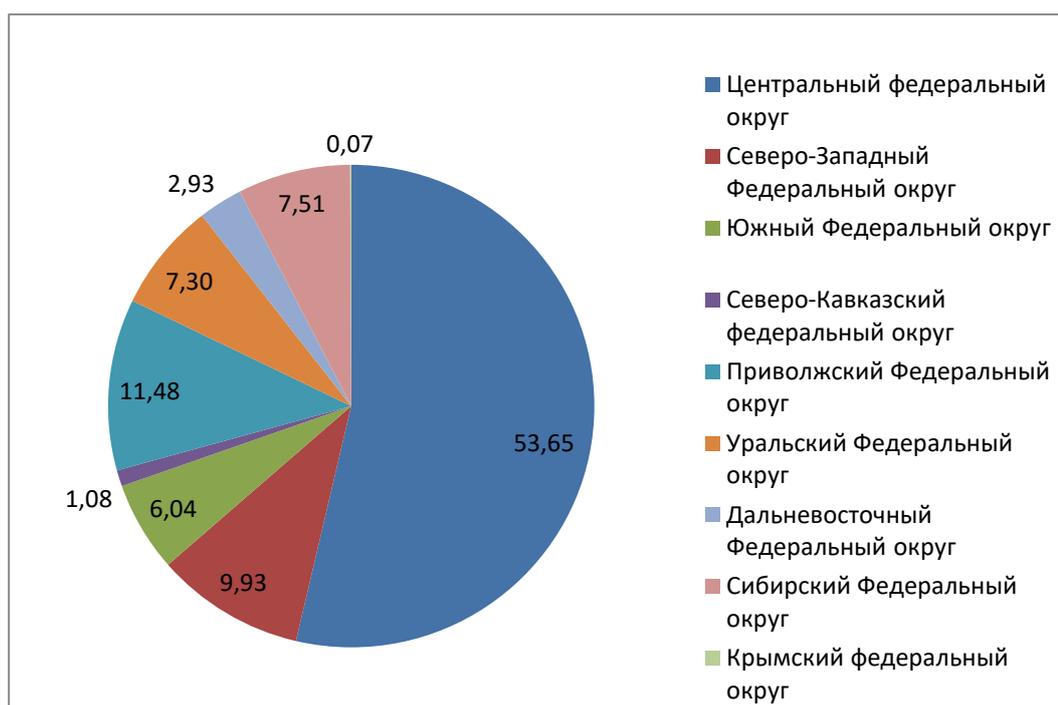
		12 месяцев 2015	12 месяцев 2016
Рынок	1	РОСГОССТРАХ	РОСГОССТРАХ
	2	СОГАЗ	СОГАЗ
	3	ИНГОССТРАХ	РЕСО-ГАРАНТИЯ
	4	РЕСО-ГАРАНТИЯ	ИНГОССТРАХ
	5	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ
Жизнь	1	СБЕРБАНК СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ	СБЕРБАНК СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ
	2	РЕНЕССАНС ЖИЗНЬ	РОСГОССТРАХ-ЖИЗНЬ
	3	РОСГОССТРАХ-ЖИЗНЬ	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ- ЖИЗНЬ
	4	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ- ЖИЗНЬ	РЕНЕССАНС ЖИЗНЬ
	5	МЕТЛАЙФ	СИВ ЛАЙФ
НС	1	ВТБ СТРАХОВАНИЕ	ВТБ СТРАХОВАНИЕ
	2	РОСГОССТРАХ	РОСГОССТРАХ
	3	РЕЗЕРВ	ВСК
	4	ВСК	РОСГОССТРАХ-ЖИЗНЬ
	5	БЛАГОСОСТОЯНИЕ	СОГАЗ
ДМС	1	СОГАЗ	СОГАЗ
	2	РЕСО-ГАРАНТИЯ	РЕСО-ГАРАНТИЯ
	3	ИНГОССТРАХ	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ
	4	ЖАСО	ИНГОССТРАХ
	5	АЛЪЯНС	РОСГОССТРАХ
Каско	1	ИНГОССТРАХ	РЕСО-ГАРАНТИЯ
	2	РОСГОССТРАХ	ИНГОССТРАХ
	3	РЕСО-ГАРАНТИЯ	РОСГОССТРАХ
	4	СОГЛАСИЕ	СОГЛАСИЕ

	5	ВСК	ВСК
Имущество ЮЛ	1	СОГАЗ	СОГАЗ
	2	ИНГОССТРАХ	ИНГОССТРАХ
	3	РОСГОССТРАХ	РОСГОССТРАХ
	4	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ	КАПИТАЛ СТРАХОВАНИЕ
	5	КАПИТАЛ СТРАХОВАНИЕ	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ
Имущество ФЛ	1	РОСГОССТРАХ	РОСГОССТРАХ
	2	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ
	3	РЕСО-ГАРАНТИЯ	ВТБ СТРАХОВАНИЕ
	4	ВСК	РЕСО-ГАРАНТИЯ
	5	ВТБ СТРАХОВАНИЕ	ВСК
Ответственность	1	СОГАЗ	СОГАЗ
	2	ИНГОССТРАХ	ИНГОССТРАХ
	3	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ	РОСГОССТРАХ
	4	РОСГОССТРАХ	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ
	5	РЕСО-ГАРАНТИЯ	РЕСПЕКТ
ОСАГО	1	РОСГОССТРАХ	РОСГОССТРАХ
	2	РЕСО-ГАРАНТИЯ	РЕСО-ГАРАНТИЯ
	3	ВСК	ВСК
	4	ИНГОССТРАХ	ИНГОССТРАХ
	5	СОГЛАСИЕ	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ
Входящее перестрахование	1	СОГАЗ	СОГАЗ
	2	ИНГОССТРАХ	ИНГОССТРАХ
	3	КАПИТАЛ СТРАХОВАНИЕ	СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ ЭЙС
	4	ВОСТОК-АЛЬЯНС	ВТБ СТРАХОВАНИЕ
	5	ФИНАНСОВОЕ ПЕРЕСТРАХОВОЧНОЕ ОБЩЕСТВО	СКОР П.О.

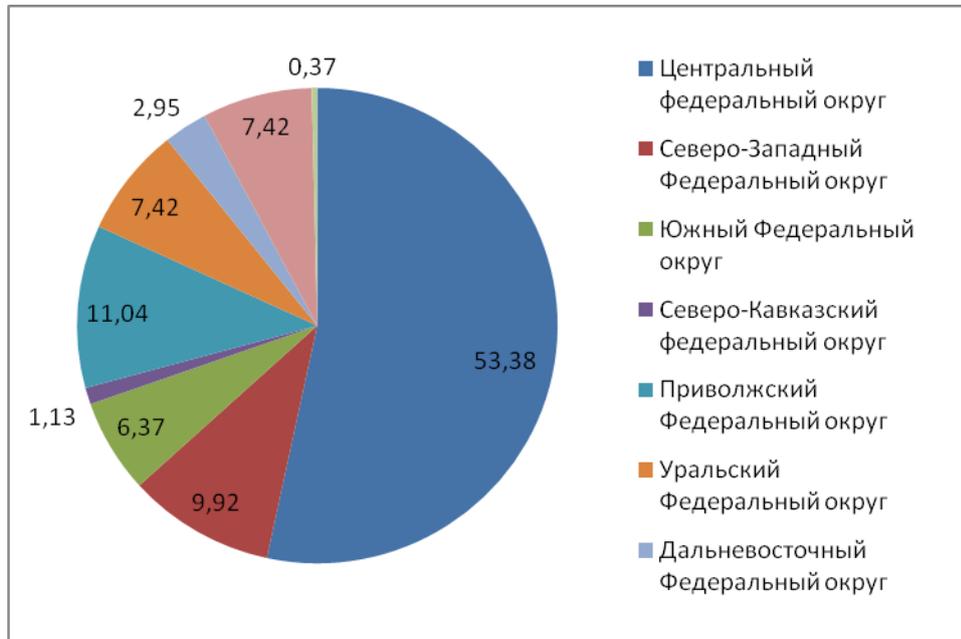
Структура продаж программ ПАО «АльфаСтрахование» по субъектам РФ в
2014 году



Структура продаж программ ПАО «АльфаСтрахование» по субъектам РФ в
2015 году



Структура продаж компании по субъектам РФ в 2016 году



ПРИЛОЖЕНИЕ 10

Бухгалтерский баланс ПАО «АльфаСтрахование» на 31.12.2016

Пояснения	Наименование показателя	Код строк и	На 31 декабря 2016 г.	На 31 декабря 2015 г.	На 31 декабря 2014 г.
1	2	3	4	5	6
-	АКТИВ				
-	I. Активы	1110	130286	105 940	76 822
-	Нематериальные активы				
-	Основные средства	1120	304 765	252 876	249 454
-	Доходные вложения в материальные ценности	1130	27 000	27 000	27 000
-	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1140	41 458 344	37548 929	29174426
-	Отложенные налоговые активы	1150	34	78	94
-	Запасы	1210	130019	153 844	124 336
-	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	.	-	-
-	Доля перестраховщиков в страховых резервах по страхованию жизни	1230	-	-	-
-	Доля перестраховщиков в страховых резервах по страхованию иному, чем	1240	8 076687	10 371 270	10 320 658
-	Дебиторская задолженность	1250	10 755 691	10 767 793	10 950 929
-	Депо премий уперестрахователей	1260	-	-	-
-	Денежные средства и денежные эквиваленты	1270	2 047474	3 673 867	2 160853
-	Прочие активы	1290	-	-	50
-	ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ!	1300	62 930 300	62901 597	53 084 622
-	БАЛАНС	1000	62 930300	62 901 597	53 084 622
-	ПАССИВ II. Капитал презервы				
-	Уставный капитал	2110	5 000000	5 000000	5 000000
-	Собственные акции (доли), выкупленные у акционеров(участников)	2120	-	-	-
-	Переоценка имущества	2130	-	-	-
-	Добавочный капитал (без переоценки)	2140	9312	9312	9312

-	Резервный капитал	2150	250 000	215 798	186 697
-	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	2160	5 237447	6 022543	3 520928
-	ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ II	2100	10 496 759	11 247 653	8716937
-	III. Обязательства				
-	Страховые резервы по страхованию	2210	.	.	
-	Страховые резервы по страхованию иному, чем страхование жизни	2220	46 671 225	44 998 064	38 930 261
-	Заемные средства	2230	-	355 284	91 489
-	Отложенные налоговые обязательства	2240	-	-	-
-	Оценочные обязательства	2250	197 668	147 696	86 392
-	Депо премий перестраховщиков	2260	-	-	-
-	Кредиторская задолженность	2270	5 562402	6 152900	5 252701
-	Доходы будущих периодов	2280	2 246	-	-
-	Прочие обязательства	2290	-	-	6 842
-	ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ III	2200	52 433 541	51 653 944	44 367 685
-	БАЛАНС	2000	62 930 300	62 901 597	53 084 622

Отчет о финансовых результатах ПАО «АльфаСтрахование» на 31.12.2016

Пояснения	Наименование показателя	Код строки	За 2016 год	За 2015 год
-	I. Страхование жизни	1100	-	-
-	Страховые премии (взносы) -нетто-страховые премии (взносы) по договорам страхования, сострахования и	1110	-	-
-	страховые премии (взносы), переданные в перестрахование	1120	-	-
-	Доходы по инвестициям	1200	-	-
-	Расходы по инвестициям	1300	-	-
-	Выплаты - нетто-перестрахование	1400	-	-
-	выплаты по договорам страхования, сострахования и перестрахования - всего	1410	-	-
-	доля перестраховщиков в выплатах	1420	-	-
-	дополнительные выплаты (страховые бонусы)	1430	-	-
-	Изменение страховых резервов по страхованию жизни - нетто-перестрахование	1500	-	-
-	изменение страховых резервов по страхованию жизни - всего	1510	-	-
-	изменение доли перестраховщиков в страховых резервах по страхованию жизни	1520	-	-
-	Расходы по ведению страховых операций - нетто-перестрахование	1600	-	-
-	аквизиционные расходы	1610	-	-
-	иные расходы по ведению страховых операций	1620	-	-
-	перестраховочная комиссия и тантьемы по договорам перестрахования	1630	-	-
-	Прочие доходы по страхованию жизни	1700	-	-
-	Прочие расходы по страхованию жизни	1800	-	-
-	Результат от операций по страхованию жизни	1000	-	-
Пояснения	Наименование показателя	Код строки	За 2016 год	За 2015 год
1	2	3	4	5

-	II. Страхование иное, чем страхование жизни Заработанные страховые премии - нетго-	2100	54 375 822	46 202 240
-	страховые премии по договорам страхования, сострахования и перестрахования - всего	2110	64 165 998	55 334 926
-	страховые премии, переданные в перестрахование	2120	(8 598 040)	(6 490 566)
-	изменение резерва незаработанной премии - всего	2130	(1 600 856)	(2 692279)
-	изменение доли перестраховщиков в резерве незаработанной премии	2140	408 720	50 159
-	Состоявшиеся убытки - нетго- перестрахование	2200	(27680 282)	(27 029 765)
-	выплаты по договорам страхования, сострахования и перестрахования - всего	2210	(27282 822)	(27276179)
-	расходы по урегулированию убытков	2220	(2024 120)	(1 763 991)
-	доля перестраховщиков в выплатах	2230	2 940643	4514158
-	изменение резервов убытков - всего	2240	138932 0	(2 504206)
-	изменение доли перестраховщиков в резервах убытков	2250	(2 703 303)	453
-	Изменение иных страховых резервов	2300	(1461 625)	(871318)
-	Изменение доли перестраховщиков в иных страховых резервах	2400		.
-	Отчисления от страховых премий	2500	(48026 6)	(355 704)
-	Расходы по ведению страховых операций - нетго-перестрахование	2600	(15069 695)	(14921310)
-	аквизиционные расходы	2610	(14921 428)	(14899746)
-	иные расходы по ведению страховых операций	2620	(574 904)	(432 324)
-	перестраховочная комиссия и тантъемы по договорам перестрахования	2630	426 637	410 760
-	Доходы по инвестициям	2700	12 117369	11428 704
-	Расходы по инвестициям	2800	(9751 075)	(7 108 513)
-	Прочие доходы по страхованию иному, чем страхование жизни	2910	3 627664	3 638243
-	Прочие расходы по страхованию иному, чем страхование жизни	2920	(5 098 744)	(4 717 704)
-	Результат от операций по страхованию иному, чем страхование жизни	2000	10 579 168	6 264873
-	III. Доходы и расходы, несвязанные со страховыми операциями. Управленческие	3100	(4418 396)	(2 196 745)

-	Прочие доходы	3200	445549 1	18581 191
-	Прочие расходы	3300	(5 557 173)	(18433 913)
-	Прибыль (убыток) до налогообложения	3400	5 059090	4215406
-	Текущий налог на прибыль	3500	(14847 12)	(819 992)
-	в том числе: постоянные налоговые обязательства	3510	472 939	(22 1 24)
-	Изменение отложенных налоговых обязательств	3600	-	-
-	Изменение отложенных налоговых активов	3700	(43)	(16)
-	Прочее	3800	-	-
-	Налоговые санкции	3900	(35)	(26682)
-	Чистая прибыль (убыток)	3000	3 574300	3 368716
-	СПРАВОЧНО: Результат от переоценки имущества, не	4100	-	-
-	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	4200	-	-
-	Совокупный финансовый результат отчетного периода	4300	3 574300	3 368716
-	Базовая прибыль (убыток) на акцию	4400	-	-
-	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	4500	-	-

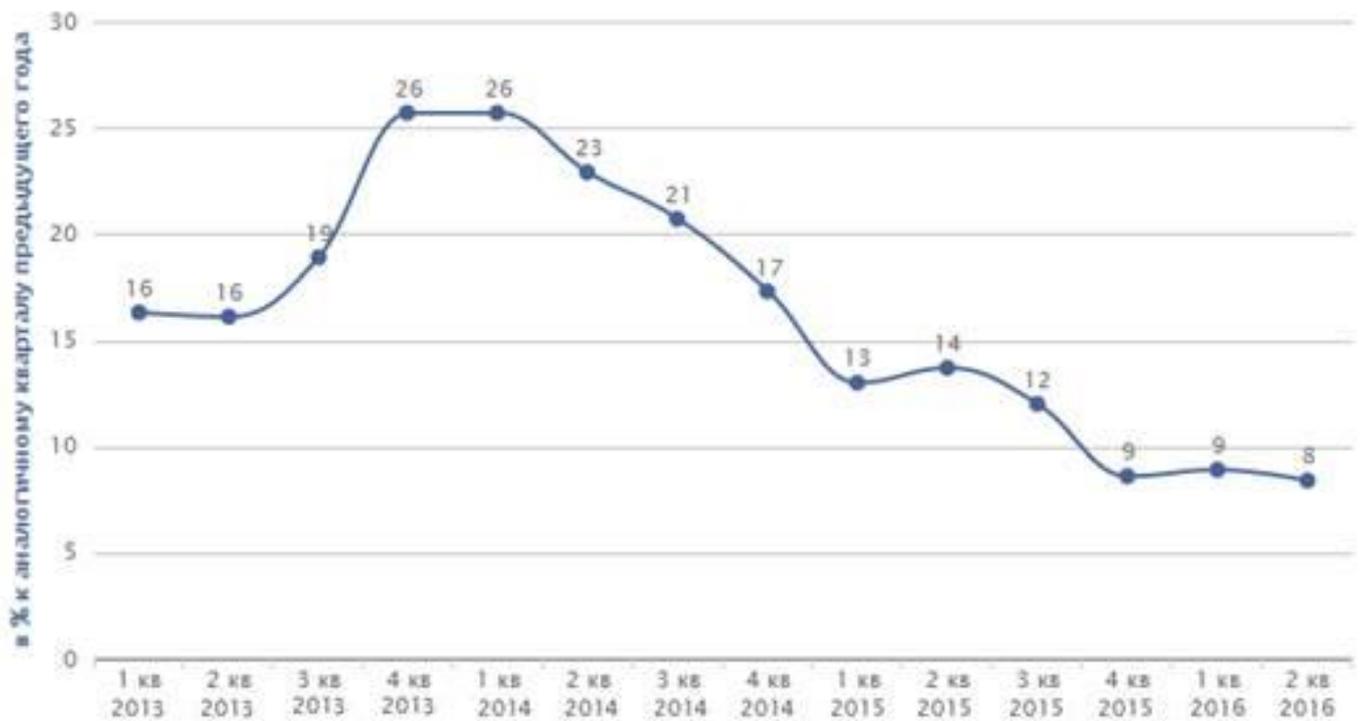
Органы управления ПАО «АльфаСтрахование»



Место страхового рынка в финансовой системе

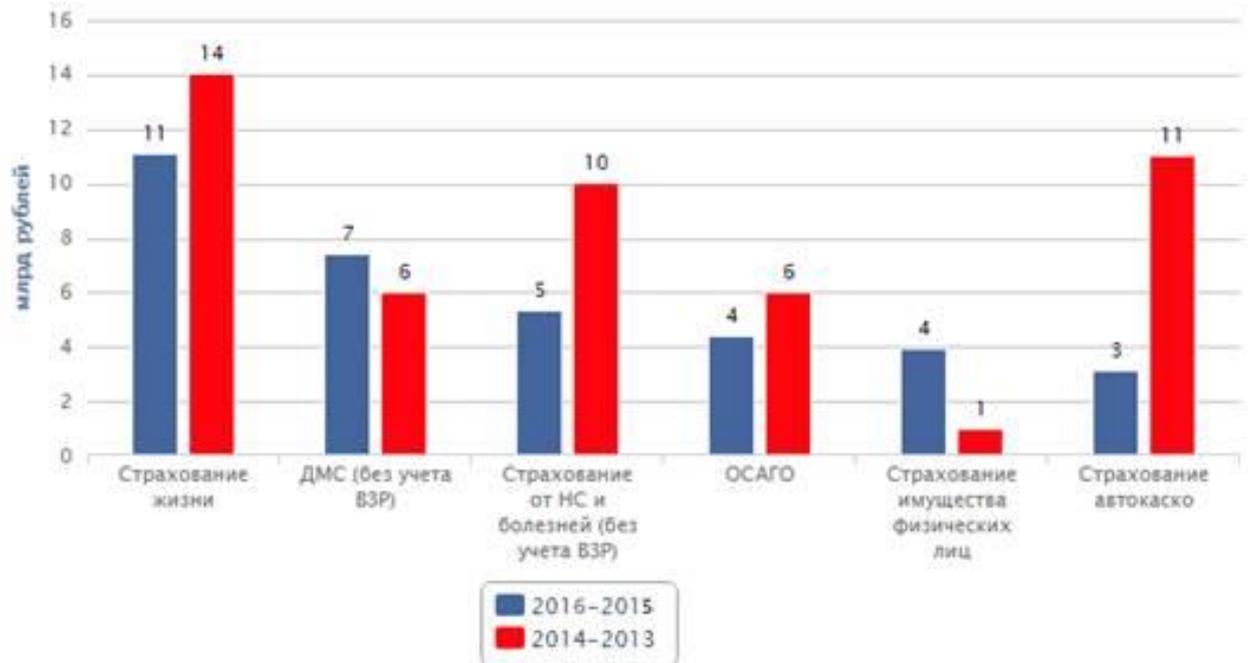


Динамика страховых премий в 2013-2016 гг.



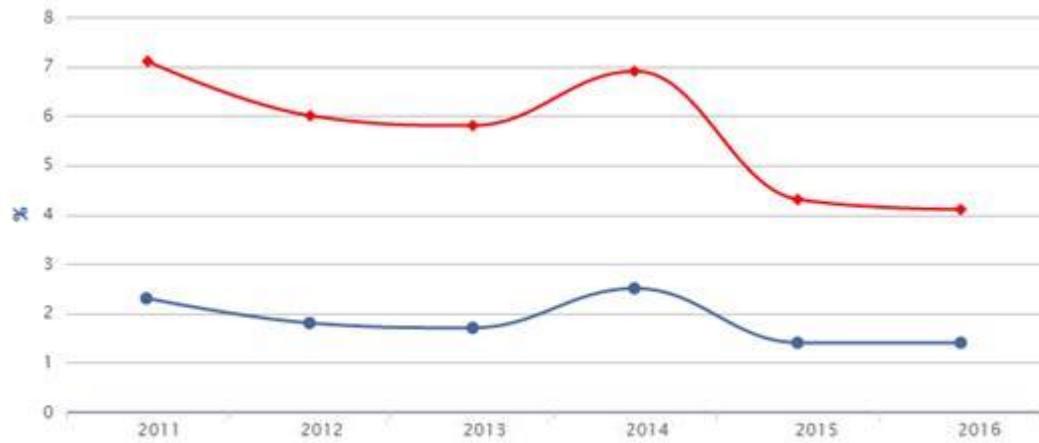
ПРИЛОЖЕНИЕ 15

Структура прироста взносов по видам страхования в 2013-2016 гг.



ПРИЛОЖЕНИЕ 16

Среднерыночная рентабельность активов и собственных средств страховых компаний в 2011-2016 гг.



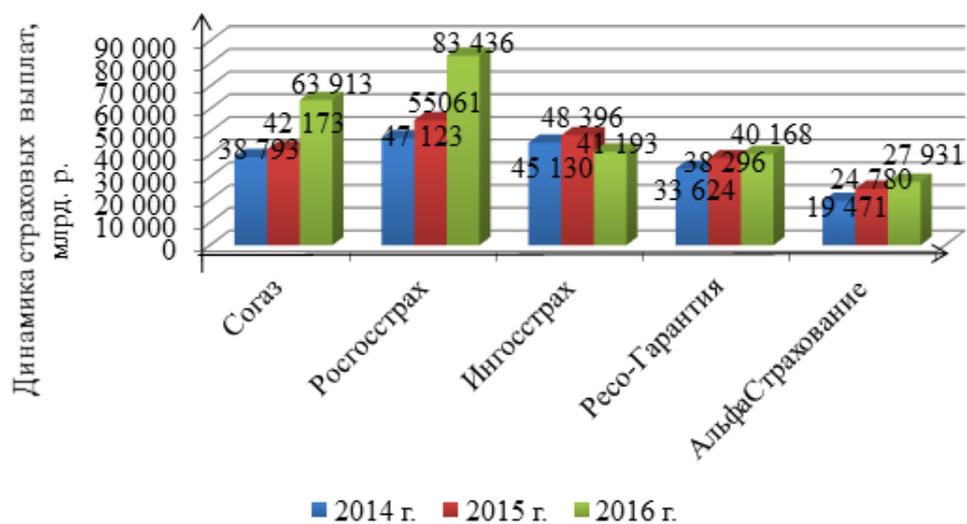
ПРИЛОЖЕНИЕ 17

Доля рассматриваемых страховых компаний на российском страховом рынке

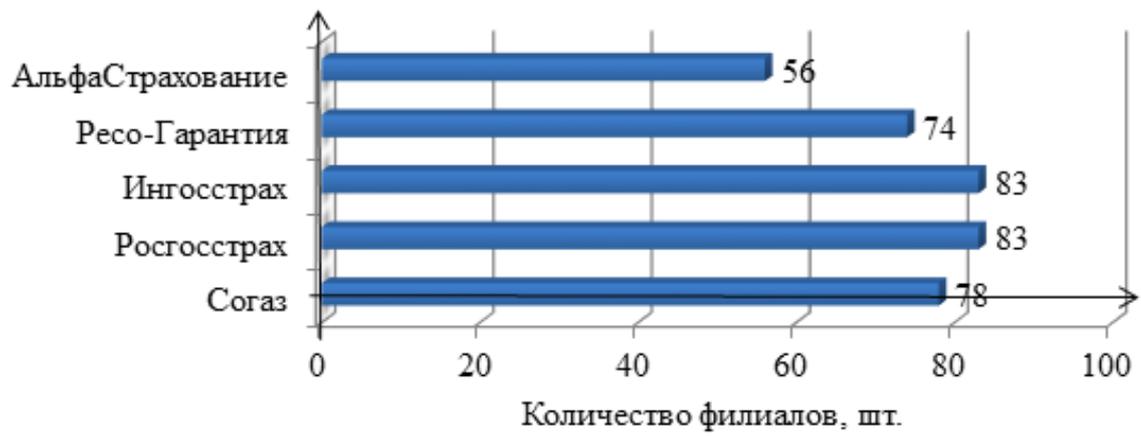
Динамика поступлений страховых премий за 2014-2016 гг.



Динамика страховых выплат за 2014-2016 гг.

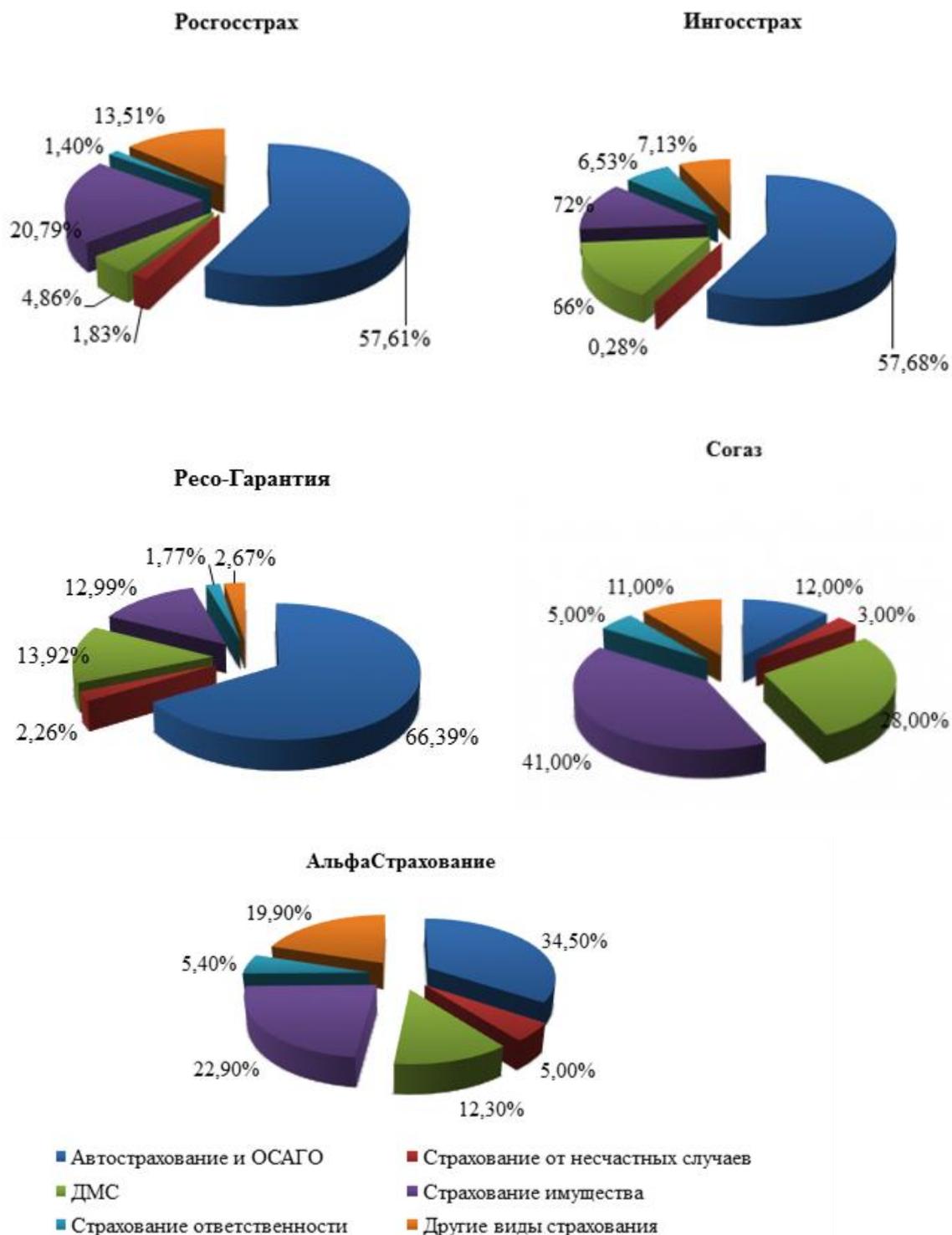


Филиальная сеть страховых компаний



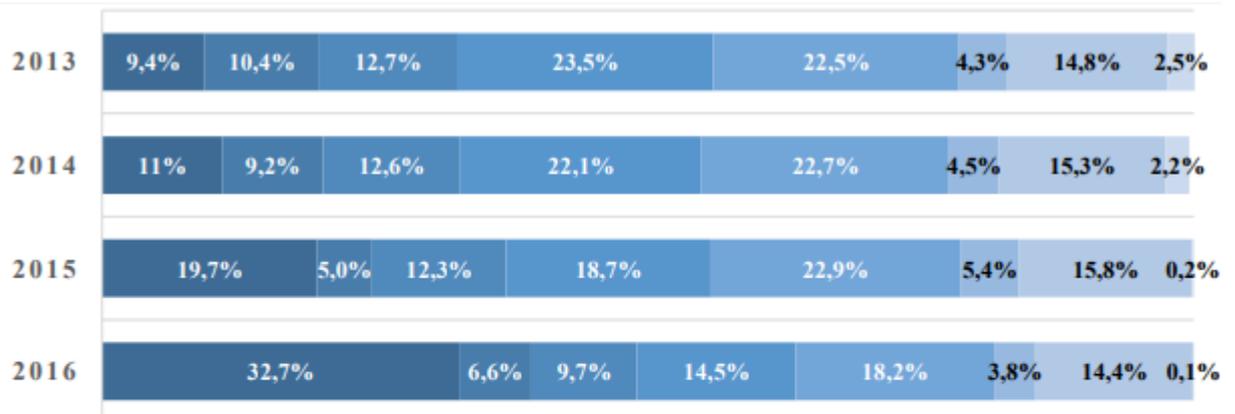
ПРИЛОЖЕНИЕ 19

Структура страховых портфелей по рассматриваемым компаниям 2016 г.



ПРИЛОЖЕНИЕ 20

Страховой портфель компании АльфаСтрахование на 2016 год



Страховой портфель компании АльфаСтрахование в динамике

Матрица BCG

