страховая компания
ЮЖУРАЛ-АСКО

# Взгляд на глобальную конкурентоспособность со стороны региональной страховой компании

# Кратко об «ЮЖУРАЛ-АСКО»

- **16 лет на страховом рынке** – разветвленная сеть продаж и урегулирования убытков в Челябинской и Курганской областях – 34 офиса, в т.ч. 27 собственных
- Более **250 тыс. клиентов**
- Более **1100 сотрудников**
- **Уставный капитал – 100 млн**. руб
- Каждую минуту заключается **2 договора** страхования
- Каждые **5 минут** – страховая **выплата**
- **По ОСАГО – крупнейшая региональная компания России** – общее 19-е место по числу заключенных договоров из 157 компаний, входящих в РСА (впереди только «федеральные» компании)
- **Ежедневная сумма страховых выплат – более 1.4 млн. руб.**
- **Рейтинг «Эксперт-РА» - «А+»** ( второй по шкале из 9 рейтингов»)

# 100-летие «карлика» - пример
## «Farmers Mutual Hail Insurance Company»

**Вдохновляющий пример долголетия «малой» СК**:

**«Farmers Mutual Hail Insurance Company».**

Существует с 1893 года
Специализация – страхование урожаев от града.

Объем выплат:
в 1893 г. - $7,000,  в 1991г. -$14,800,000

# Рынок для больших и маленьких

- на американском рынке есть место для всех: как многопрофильных и специализированных гигантов, работающих на национальном и международном рынке, так и средних и малых СК, работающих в нескольких штатах.
- **В России -1100 страховых компаний.**

  Во Франции - 495, Италии – 200, Австралии – 160, Китае – 14.

  **В США – 9133 страховых компании.**

# У каждого свои проблемы

**40 лет - средний срок жизни компаний – больших или малых**

У крупных компаний наряду с преимуществами перед «малыми» СК и «регионалами» есть свои **специфические риски ухода с рынка** – «неповоротливость», повышенная сложность корпоративного управления, противоречия «центр - филиалы», более пристальное внимание «регуляторов»

# 5 предложений о продаже за 4 года

- Уроки печального опыта формирования региональной сети на «голом месте»
- Выбор эффективной стратегии – строительство сети на базе лучших региональных компаний
- Стратегия – политика давления на регионалов для скупки их «по дешевке»

# Глобальная конкурентоспособность – основа построения «ВИДЕНИЯ» компании

**Разработка «Видения»**

**в «ЮЖУРАЛ-АСКО»:**

Моделирование основных параметров деятельности, в основе которого представление сотрудников о желаемом заработке и условиях его получения.

В частности, важнейшем параметре конкурентоспособности - **доле компании на рынке**.

# Учет фактора конкурентоспособности при принятии стратегических решений

- Выход в другой регион ( 2000 год – выход в Курганскую область и отказ от выхода в Свердловскую область)

- Крупные инвестиции:

а) развитие инфраструктуры ( за последние 2 года для обеспечения «захвата» большой доли рынка по ОСАГО было построено более 20 офисов для подразделений АСКО в городах Челябинской и Курганской области)

б) реализация проектов модернизации IT – систем и т. д.

# «Внутренние условия» - все, что зависит от самой компании

- Приоритет для региональной СК - ориентация на широкий сегмент клиентов с минимальным риском резкого изменения поведения

- Наш слоган:

**РЯДОМ С ВАМИ!**

- Привлекательное качество – главное оружие борьбы за клиента

# **Внутренние условия** (продолжение)

- **Приоритет стратегических интересов перед тактическими выгодами**
- **Постоянство изменений** - «в будущем будут существовать **2 типа компаний – «быстрые» и «мертвые»**
- **Развитие корпоративной культуры – «миссия», «видение, «ценности». Удовлетворенность персонала.**

# ВНЕШНИЕ УСЛОВИЯ
# - среда обитания

**Главный внешний барьер при конкурентной борьбе - антирыночные механизмы в страховании:**

1. **Волюнтаризм в законотворчестве**
2. **Коррупционный механизм проведения тендеров по страхованию на средства бюджетов**
3. **«Игры» в аккредитацию**
4. **«Диктатура» хозяйствующего субъекта**
5. **Популизм в экономике – опасное занятие**

# ВЫВОДЫ

- Для региональной страховой компании – глобальная конкурентоспособность –такое же актуальное понятие, как и для любой другой бизнес - структуры
- Без собственного стремления к совершенству глобальная конкурентоспособность недостижима
- Собственных усилий может не хватить. Развитие нормального рынка повышает шанс стать успешным

Спасибо!