

**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. Волонтаризм 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!

