

## I. ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ

---

УДК 338.001.36

Л. Е. Копылов<sup>1</sup>

### АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ДЛЯ СТРАХОВОГО БИЗНЕСА

---

*Вопрос оценки конкурентоспособности стоит остро в любой компании, в любом бизнесе и в любой отрасли. Многими авторами предложено большое количество не только определений конкурентоспособности, но и методов её расчета. Но при этом, в случае страхового бизнеса, понятие «Конкурентоспособность» часто подменяется или смешивается с понятием «Финансовая устойчивость». В рамках настоящей статьи автор рассматривает существующие методы оценки конкурентоспособности и их применимость в страховом бизнесе, а также формулирует требования к методу оценки конкурентоспособности страховой компании.*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, оценка конкурентоспособности, страхование, страховая компания, финансовая устойчивость, метод оценки конкурентоспособности.

Вопрос оценки конкурентоспособности стоит остро в любой компании, в любом бизнесе, в любой отрасли. Большинство авторов, отбрасывая различия формулировок, сходятся в том, что «конкурентоспособность» – это способность компании быть привлекательнее для потре-

---

<sup>1</sup> © Леонид Евгеньевич Копылов, аспирант Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, ул. Гоголя, 41, г. Владивосток, Приморский край, 690014, Россия, E-mail: glavred@primmarketing.ru.

лей, партнеров, поставщиков и рабочей силы, чем её конкуренты. Таким образом, выходит, что конкурентоспособность компании является катализатором прибыли, генерирующейся на каждом этапе деятельности организации. Конкурентоспособность позволяет продать товар в больших количествах или по большей цене потребителю, получить более выгодные условия у поставщиков, привлечь более удобных партнеров на более выгодных условиях и получить наиболее ценных сотрудников с наименьшими затратами и усилиями.

Каждый участник экономической деятельности находится в условиях постоянного соперничества с прямыми конкурентами или товарами-заменителями. Не удивительно, что сама по себе конкуренция давно исследуется. Существует большое количество методов оценки силы и интенсивности конкуренции на рынке, с которыми трудно не согласиться. В вопросах оценки конкурентоспособности такой конкретики не наблюдается. Напротив, большинство методов оценки либо теоретизированы, либо подходят к очень узкому сегменту рынка.

Существуют отрасли, в которых такое явление, как конкурентоспособность, вовсе не рассматривается (например, финансовые услуги, в частности страхование). При изучении различных источников автор статьи не обнаружил ни одного метода, который можно было бы на практике применить для оценки конкурентоспособности страховой компании. В данной статье мы предлагаем рассмотреть существующие методы оценки силы конкуренции и конкурентоспособности и сформулировать критерии, которым должна соответствовать практическая модель оценки конкурентоспособности предприятия.

#### **Для начала рассмотрим методы оценки силы конкуренции:**

Для оценки силы конкуренции в отрасли и оценки конкурентоспособности применяют различные методики. Например, в работе Г. Л. Азоева приводится ряд методик, оценивающих силу конкуренции.

С 1968 по 1984 гг. Департамент юстиции США применял четырехдольный показатель, характеризующий силу конкуренции в отрасли:

$$CR_4 = \sum_{i=1}^4 \frac{V_i}{V_p} \leq 0,75,$$

где  $V_i$  – объем продаж продукции данной ассортиментной группы  $i$ -й фирмой,  $i = 1, 2, 3, 4$ ;  $V_p$  – объем рынка данной ассортиментной группы продукции.

При значении  $CR_4$  больше 0,75 вводились ограничения на слияния фирм. Этот показатель рассчитывался также для 8, 20 и 50 фирм. В Германии, Англии, Канаде он рассчитывается для 3, 6 и 10 фирм.

# I. ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ

Начиная с 1984 г. в США применяется индекс Херфиндала-Хершмана (ИХХ), который определяется по формуле:

$$I_h = \sum D_i^2, 0 < I_h \leq 1 \text{ (чистая монополия)},$$

где  $D_i$  – доля на рынке i-й фирмы, доли единицы.

Если показатель  $I_h$  больше 0,18, речь идет о низкой интенсивности (силе) конкуренции и высокой концентрации рынка, что требует вмешательства государства для нормализации ситуации на рынке. Если в этой ситуации слияние фирм ведет к увеличению индекса на 0,05 (или на 50 пунктов из 1000), то такое слияние запрещается антитрестовским законодательством США.

Безопасный с точки зрения монополизации рынок (ИХХ менее 1000) предполагает наличие 10 и более конкурирующих фирм. Причем доля крупнейших из них не может превышать 31%, двух крупнейших – 44%, трех – 54% и четырех – 63%.

Большое количество факторов конкурентной борьбы учитывает обобщающий показатель интенсивности конкуренции, который определяется по формуле:

$$U_k = \sqrt[3]{U_p U_d U_t}, 0 \leq U_k \leq 1 \rightarrow \min,$$

где  $U_p$  – показатель интенсивности конкуренции, учитывающий рентабельность рынка;  $U_d$  – показатель интенсивности конкуренции, учитывающий доли конкурентов на данном рынке;  $U_t$  – показатель интенсивности конкуренции, учитывающий темпы роста объема продаж;

$$U_p = 1 - R_p; \quad (1.4)$$

$$R_p = \frac{\pi}{V_p},$$

где  $R_p$  – рентабельность рынка, доли единицы;  $\pi$  – прибыль рынка, денежная единица;  $V_p$  – объем рынка, денежная единица;

$$U_d = 1 - n \sqrt{\left(\frac{1}{n}\right) \sum (D_i - 1/n)^2},$$

где  $n$  – количество конкурирующих фирм на данном рынке товара (услуг);  $D_i$  – доля i-го конкурента на рынке, доли единицы;

$$U_t = (140 - T_p)/70,$$

где 140 и 70 – предельные значения годовых темпов роста объемов продаж;  $T_p$  – годовой темп роста объема продаж на рассматриваемом товарном рынке без учета инфляции, %.