

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
ВОЛОГОДСКИЙ НАУЧНО-КООРДИНАЦИОННЫЙ ЦЕНТР ЦЭМИ РАН

Б. А. Байдалаков

**И С С Л Е Д О В А Н И Е
РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА
ЛИЧНОГО СТРАХОВАНИЯ**

Вологда
2003

ББК 65.271(21)
Б18

Публикуется по решению
Ученого Совета
ВНКЦ ЦЭМИ РАН

Байдалаков Б.А. Исследование регионального рынка личного страхования. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2003. – 32 с.

В брошюре представлены результаты исследования тенденций и путей развития рынка личного страхования в регионах Европейского Севера в условиях рыночной трансформации экономики России.

Предназначена работникам страховых компаний, а также лицам, изучающим страховое дело.

ISBN 5-93299-052-X

© Байдалаков Б.А., 2003
© ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2003

1. ХАРАКТЕРИСТИКА СТРАХОВОГО РЫНКА В СЕВЕРНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЙОНЕ

Страховой рынок Северного экономического района располагается на территориях Архангельской, Вологодской, Мурманской областей и республик Карелии и Коми. Важное значение этих регионов определяется их большим природоресурсным потенциалом, развитым производственным комплексом, наличием значительного трудового потенциала населения и другими экономическими и социальными факторами.

Динамика развития страхового рынка регионов Северного экономического района в последние годы представлена в табл. 1.

Таблица 1

Страховой рынок Северного экономического района*

Регионы	1995 г.			1998 г.			2001 г.		
	Число страховых организаций	Страховые взносы, млн. руб.**	Страховые выплаты, млн. руб.**	Число страховых организаций	Страховые взносы, млн. руб.	Страховые выплаты, млн. руб.	Число страховых организаций	Страховые взносы, млн. руб.	Страховые выплаты, млн. руб.
Россия	2 217	23 641	17 194	1 465	43 652	33 596	1 164	297 737	201 342
Северо-Западный федеральный округ	213	1 663	1 275	155	3 241	2 553	116	9 785	6 963
Республика Карелия	6	62	52	3	78	65	3	382	353
Республика Коми	16	123	82	6	249	167	4	55	131
Архангельская область	20	82	61	14	121	88	6	330	251
Вологодская область	16	254	167	18	389	314	13	2 218	1 170
Мурманская область	13	31	24	6	16	5	3	37	19

* По данным Госкомстата РФ.

** В номинации 1998 г.

Как видно из данных таблицы, лидером по сбору страховых взносов в Северном экономическом районе в 1995 г. была Вологодская область (254 млн. руб., 46%), на втором месте – Республика Коми (123 млн. руб., 22,3%). Наименьшая доля страховых взносов приходилась на Мурманскую область (31 млн. руб., 5,7%). В последующие четыре года в северных

регионах сумма взносов нарастала, однако численность страховых организаций сокращалась. На начало 2002 г. общая сумма страховых взносов в регионах Северного экономического района возросла по отношению к уровню 1998 г. в 3,5 раза. Лидером рынка по-прежнему оставалась Вологодская область (73,4%), а на второе место вышла Республика Карелия (12,7%).

Общая сумма страховых взносов, собранных по добровольным и обязательным видам страхования в Северном районе за 2002 г., составила 3 926,9 млн. руб. По добровольному страхованию в 2002 г. поступило 1 814,8 млн. руб. или 46,2% от общего объема взносов. Из них по страхованию жизни было аккумулировано 22,3 млн. руб. или 1,2% от общего объема страховых взносов по добровольному страхованию. По видам страхования иным, чем страхование жизни, было собрано 1 792,6 млн. руб. или 98,8% от общего объема страховых взносов по добровольному страхованию. В том числе: по личному страхованию (добровольному медицинскому страхованию, страхованию выезжающих за рубеж, страхованию от несчастных случаев и болезней) поступило 587 млн. руб., или 32,8% от премий, собранных по страхованию иному, чем страхование жизни. Сумма собранных в 2002 г. страховых взносов по личному и страхованию жизни составила 609,3 млн. руб., или 15,5% от общей суммы взносов по добровольному и обязательному страхованию.

В табл. 2 представлена территориальная структура распределения страховых взносов по различным видам страхования.

Таблица 2

**Страховая премия, собранная в регионах
Северного экономического района в 2002 г.***

Регионы	Собранная страховая премия, тыс. руб.	Добровольное страхование, %						Обязательное, %	Страхование жизни и личное страхование
		всего	страхование жизни	Иное, чем страхование жизни					
				всего	личное	имущественное	ответственность		
Архангельская область	803436	12,3	14,4	12,2	6,6	14,1	29,5	27,5	6,9
Вологодская область	2344125	67,0	8,3	67,7	58,9	75,0	21,6	53,4	57,0
Республика Карелия	415352	1,8	6,2	1,7	3,0	1,0	2,4	18,1	3,1
Мурманская область	293387	15,1	41,0	14,8	23,7	8,6	44,4	0,9	24,3
Республика Коми	70645	3,8	30,2	3,5	7,9	1,3	2,1	0,1	8,7
Итого:	3926945	100	100	100	100	100	100	100	100,0

* По данным Северо-Западного представительства Всероссийского союза страховщиков.

Как видно из данных таблицы, наибольшая доля собранных страховых взносов по добровольному страхованию пришлось на Вологодскую область (67%). Затем следовали Мурманская (15,1%) и Архангельская области (12,3%). По страхованию жизни на первое место вышла Мурманская область – 41%. По личному страхованию (исключая страхование жизни) наибольший удельный вес заняла Вологодская область (58,9%). В целом по всем видам личного страхования Вологодская область вышла на первое место (374,4 млн. руб., 57%), второе место заняла Мурманская область (148,0 млн. руб., 24,3%).

В табл. 3 приведена характеристика уставного капитала страховых организаций Северного экономического района.

Таблица 3

Характеристика уставного капитала страховых организаций северных регионов

Регионы	2001 г.	2002 г.	2002 г. в % к 2001 г.
<i>Совокупный уставной капитал, млн. руб.</i>			
Республика Карелия	11,1	12,0	108,0
Мурманская область	14,5	н/д	×
Вологодская область	279,1	283,3	101,5
Архангельская область	29,32	38,82	132,4
Республика Коми	н/д	19,4	×
<i>Уставной капитал, приходящийся на одну зарегистрированную страховую организацию, млн. руб.</i>			
Республика Карелия	3,7	4	108,1
Мурманская область	4,8	н/д	×
Вологодская область	21,5	20,2	94,2
Архангельская область	4,9	6,5	132,4
Республика Коми	4,9	5,0	103,1

Источник: Данные региональных комитетов статистики.

Сумма уставного капитала страховых организаций Республики Карелии в 2002 г. составила 12 млн. руб., значительную долю в которой (88%) имели страховые организации. Сумма уставного капитала за год возросла на 8% за счет увеличения суммы вкладов организаций на 0,9 млн. руб., физических лиц – на 0,3 млн. руб. и уменьшения вкладов промышленных предприятий на 0,3 млн. руб.

В Вологодской области в 2002 г. произошло заметное усиление концентрации страхового капитала. В уставном капитале страховых компаний вклады промышленных предприятий составили 55,4%, страховых организаций – 24,8%, физических лиц – 11,6% и банков – 2,2%.

Совокупный уставной капитал страховых организаций Архангельской области увеличился в 2002 г. на 32,4%. Здесь удельный вес вкладов страховых организаций в уставной капитал выразился в 55,3%, предприятий транспорта – 23,2%, промышленных предприятий – 12,2%.

Эффективность использования уставного капитала характеризуется прежде всего коэффициентом капиталотдачи, который представляет собой сумму страховых взносов, приходящуюся на рубль уставного капитала (табл. 4).

Таблица 4

**Коэффициент капиталотдачи страховых компаний
северных регионов (в рублях)**

Регионы	2001 г.	2002 г.	Отклонение (+, -), руб.
Республика Карелия	34,4	40,5	+6,1
Мурманская область	2,5	н/д	×
Вологодская область	7,9	8,6	+0,7
Архангельская область	11,3	16,3	+5,0
Республика Коми	н/д	3,6	×

Источник: Данные региональных комитетов статистики.

Как показывают данные таблицы, в Республике Карелии в 2001 – 2002 гг. он был самым высоким – 40,5 руб. (вырос на 6,1 руб.). Самая низкая капиталотдача – в Мурманской области (2,5 руб.). В Вологодской области эффективность вложений находилась в эти годы на уровне 7,9 – 8,6 руб. В Архангельской области капиталотдача увеличилась на 5 руб. или на 44%.

Результативность страховых операций в решающей степени зависит от уровня ведения дела.

В Республике Карелии в 2002 г. страховые организации имели отрицательный финансовый результат в сумме 58,5 тыс. руб., тогда как в предыдущем году ими была получена сальдированная прибыль в 1,4 млн. руб. Их расходы на ведение дела возросли по сравнению с предыдущим годом на 17,9% и достигли 31,4 млн. руб. Из них 70,4% составили расходы на оплату труда и начисления на заработную плату, 7,7% – расходы на амортизацию основных средств и налоги, 1,5% – на аренду основных средств, 20,4% – прочие расходы.

Балансовая прибыль страховщиков Вологодской области в 2002 г. возросла по сравнению с 2001 г. в 2,5 раза и составила 100,5 млн. руб. При этом 96,2% прибыли было получено организациями частной формы собственности. В 2002 г. страховыми организациями направлено на потребление 167,9 млн. руб., из которых 57,5% составила заработная плата с начислениями, 4,9% – амортизация основных фондов и налоги.

Сальдированный финансовый результат страховых организаций Архангельской области в 2002 г. выразился убытком в сумме 1,95 млн. руб., тогда как в 2001 г. они имели прибыль в 1,47 млн. руб. Суммарные расходы на ведение страхового дела в области в 2002 г. возросли на 41%. Они были направлены на оплату труда (72,6%), амортизацию основных средств и налоги (3,1%), аренду основных средств (1,4%), прочие расходы (22,8%).

В табл. 5 представлены данные о суммах страховых взносов по личному страхованию, собранных в исследуемых регионах.

Как показывают эти данные, сумма собранных страховых взносов различается по регионам. Особенно ярко это просматривается в расчете взносов на одного жителя.

Таблица 5

Суммы взносов по личному страхованию в северных регионах в 2002 году

Регионы	Численность жителей, тыс. чел.	Сумма собранных страховых взносов по личному страхованию, тыс. руб.	Сумма страховых взносов на одного жителя, руб.	Рейтинг региона
Вологодская область	1 301	34 7417	267,04	1
Мурманская область	978	148 032	151,36	2
Республика Коми	1 117	52 893	47,35	3
Архангельская область	1 429	42 009	29,40	4
Республика Карелия	756	18 931	25,04	5
Всего по перечисленным регионам	5 581	609 282	109,17	-

Источник: Данные Госкомстата РФ.

Чтобы изучить влияние тех или иных факторов на эти показатели, были произведены расчеты коэффициентов корреляции сумм страховых взносов от размеров валового регионального продукта, объемов производства промышленной продукции, доходов населения и ряда других параметров.

В результате было выявлено, что наибольшее положительное влияние на страховые взносы оказывают количество страховых компаний и объем промышленного производства в регионе (табл. 6).

Зависимость
объема собранных страховых взносов от среднедушевых доходов населения оказалась обратной, т.е. чем больше доходы населения региона, тем меньше сумма собранных страховых взносов на душу населения. Это происхо-

Таблица 6

Факторы влияния на объем страховых взносов в северных регионах (по данным за 1996 – 2001 гг.)

Факторы	Коэффициенты корреляции сумм страховых взносов
Численность населения	0,42
Среднедушевые доходы	-0,60
Количество страховых организаций	0,85
Валовой региональный продукт	0,26
Объем промышленной продукции	0,80

дит в силу того, что в регионах с более развитой промышленностью:

- доля обязательного страхования превышает долю добровольного;
- крупные промышленные предприятия вкладывают чистую прибыль в развитие социальной инфраструктуры для своих работников, в т.ч. в строительство собственных медицинских учреждений, санаториев-профилакториев (например, ОАО «Северсталь»);
- население, занятое на крупных промышленных предприятиях, получает в виде дополнительного дохода к заработной плате полисы добровольного страхования жизни и здоровья.

2. ВЕДУЩИЕ КОМПАНИИ РЫНКА ЛИЧНОГО СТРАХОВАНИЯ В СЕВЕРНЫХ РЕГИОНАХ

Исследование рынка личного страхования включает оценку конкуренции среди компаний-страховщиков. Проведем для этого позиционирование крупнейших страховщиков в Северном экономическом районе.

В Архангельской области функционируют пятнадцать страховых компаний. В 2002 г. в личном страховании 64% рынка занимают такие компании, как *Росгосстрах* (9,9 млн. руб.), *РОСНО* (9,1 млн. руб.), *Медэкспресс* (7,7 млн. руб.). На долю остальных компаний приходится 36% от общей суммы страховой премии по области (табл. 7).

Таблица 7

**Распределение страховых взносов по личному страхованию
трех крупнейших страховых компаний Архангельской области**

Название компании	Доля рынка в личном страховании, включая страхование жизни, %		Сумма страховых взносов по личному страхованию, тыс. руб.	
	2001 г.	2002 г.	2001 г.	2002 г.
Росгосстрах-Архангельск	47,74	23,7	7 875	9 958
РОСНО-МС (ф-л, Архангельск)	23,98	21,7	3 955	9102
Медэкспресс (ф-л, Архангельск)	н/д	18,3	н/д	7 705
Прочие	48,81	36	8 051	15 244
Итого	100	100	16 494	42 009

Источник: Данные Северо-Западного представительства Всероссийского союза страховщиков.

Компании-лидеры укрепляют свое положение, что увеличивает степень концентрации страхового рынка.

В Вологодской области функционируют четырнадцать страховых компаний. В личном страховании 95,9% рынка занимают компании: *Шексна* (236,6 млн. руб.), *Медстрахсервис* (55,8 млн. руб.) и *ЖАСКО* (40,9 млн. руб.). На долю остальных компаний приходится 4,1% от общей суммы страховой премии по области (табл. 8).

Таблица 8

**Распределение страховых взносов по личному страхованию
трех крупнейших страховых компаний Вологодской области**

Название компании	Сумма страховых взносов по личному страхованию, тыс. руб.		Доля рынка в личном страховании, включая страхование жизни, %	
	2001 г.	2002 г.	2001 г.	2002 г.
Шексна (группа СК)	205 107	236 576	85,98	68,1
Медстрахсервис (группа СК)	28 812	55 755	12,08	16,0
ЖАСКО	4 630	40 890	1,94	11,8
Прочие	8	14 196	0	4,1
Итого	238 557	347 417	100,0	100,0

Источник: Данные Северо-Западного представительства Всероссийского союза страховщиков.

Степень концентрации страхового рынка в области весьма высока, но идет ее постепенное снижение.

В Мурманской области функционируют пятнадцать страховых компаний. В личном страховании 55,3% рынка занимают такие компании, как *Мариск* (40,3 млн. руб.), *Медэкспресс* (21 млн. руб.), *РЕСО-Гарантия* (20,6 млн. руб.). На долю остальных компаний приходится 44,7% от общей суммы страховой премии по области (табл. 9).

Таблица 9

**Распределение страховых взносов по личному страхованию
трех крупнейших страховых компаний Мурманской области**

Название компании	Сумма страховых взносов по личному страхованию, тыс. руб.		Доля рынка в личном страховании, включая страхование жизни, %	
	2001 г.	2002 г.	2001 г.	2002 г.
Мариск	11 952	40 264	22,8	27,2
Медэкспресс (ф-л, Мурманск)	16 155	20 989	30,9	14,2
РЕСО-Гарантия (ф-лы)	196	20 640	0,4	13,9
Прочие	24 035	66 139	45,9	44,7
Итого	52 338	148 032	100,0	100,0

Источник: Данные Северо-Западного представительства Всероссийского союза страховщиков.

Страховой рынок Мурманской области наименее монополизирован. По сравнению с компанией *Шексна* Вологодской области суммы страховых сборов СК *Мариск* меньше в 24 раза.

В Республике Коми функционируют девять страховых компаний. В личном страховании 92,9% рынка занимают такие компании, как *Медведь ЛК* (37,1 млн. руб.), *Росгосстрах-Коми* (8,6 млн. руб.), *ГУТА-Страхование* (3,4 млн. руб.). На долю остальных компаний приходится 7,1% от общей суммы страховой премии по области (табл. 10).

Таблица 10

**Распределение страховых взносов по личному страхованию
трех крупнейших страховых компаний Республики Коми**

Название компании	Сумма страховых взносов по личному страхованию, тыс. руб.		Доля рынка в личном страховании, включая страхование жизни, %	
	2001 г.	2002 г.	2001 г.	2002 г.
Медведь ЛК (ф-л, Усинск)	61 955	37 073	31,3	70,1
Росгосстрах-Коми	7,5	8 626	7,5	16,3
ГУТА-Страхование (ф-л, Сыктывкар)	0	3415	0	6,5
Прочие	12 953	3 779	61,1	7,1
Итого	197 834	52 893	100,0	100,0

Источник: Данные Северо-Западного представительства Всероссийского союза страховщиков.

В Республике Карелии функционируют восемь страховых компаний, представленных преимущественно филиалами крупных московских компаний. Рынок личного страхования здесь «поделен» примерно в одинаковых долях между тремя компаниями, которые заняли 91,6% рынка. Это такие компании, как *Энергогарант* (7,1 млн. руб.), *РЕСО-Гарантия* (6,2 млн. руб.), *РОСНО* (4,1 млн. руб.). На долю остальных компаний приходится 7,1% от общей суммы страховой премии по области (табл. 11).

Таблица 11

**Распределение страховых взносов по личному страхованию
трех крупнейших страховых компаний Республики Карелии**

Название компании	Сумма страховых взносов по личному страхованию, тыс. руб.		Доля рынка в личном страховании, включая страхование жизни, %	
	2001 г.	2002 г.	2001 г.	2002 г.
Энергогарант (ф-л, Петрозаводск)	9 295	7 047	37,0	37,2
РЕСО-Гарантия (ф-лы)	5 153	6 211	20,5	32,8
РОСНО (ф-л, Петрозаводск)	7 622	4 075	30,4	21,5
Прочие	3 026	1 598	12,1	8,4
Итого	25 096	18 931	100,0	100,0

Источник: Данные Северо-Западного представительства Всероссийского союза страховщиков.

Анализ динамики долей рынка ведущих страховых компаний Республики Карелии показал, что компании-лидеры сохраняют свое положение, при этом степень концентрации страхового рынка снизилась.

3. ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА РЫНКА ЛИЧНОГО СТРАХОВАНИЯ В ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Исследование потребительского спроса на страховые услуги проводилось путем опроса населения.

Общее отношение населения к страхованию определялось вопросами: «Есть ли у Вас или членов Вашей семьи страховка?», «Планируете ли Вы оформить какой-либо вид страховки для себя или членов Вашей семьи в текущем году?» Распределение ответов респондентов на эти вопросы представлены в табл. 12.

Таблица 12

Распределение ответов респондентов о намерениях оформить страховку, в%

Вопрос	Да	Нет	Не знаю
<i>Есть ли у Вас или членов Вашей семьи страховка?</i>	34,9	52,6	11,9
В т. ч.:			
– количество респондентов, планирующих застраховать жизнь	19,4	10,7	24,1
– количество респондентов, планирующих застраховать здоровье	20,0	10,5	19,1
<i>Планируете ли Вы или члены Вашей семьи оформить какой-либо вид страховки в текущем году?</i>	29,4	45	23,6
В т. ч.:			
– количество респондентов, планирующих застраховать жизнь	28,0	13,8	20,7
– количество респондентов, планирующих застраховать здоровье	33,6	12,9	15,7

По данным опроса, страховку имеют лишь 34,9% населения области, при этом в г. Вологде – 21,6% опрошенных, в г. Череповце – 33,3%, в районах области – 41,9%. Анализ данных таблицы показывает, что в среднем по области 62,9% респондентов, уже имеющих страховку, планируют ее оформить и в будущем. С учетом респондентов, сомневающихся в оформлении страховки в будущем, эта цифра составит 72,7%.

Для выявления текущих и будущих потребностей в различных видах страхования респондентам был задан вопрос о том, какие угрозы вызывают у них наибольшие опасения. В результате получилось следующее распределение ответов. Потери жизни опасаются в среднем по области 29,7% респондентов, планирующих оформить страховку, потери здоровья – 28,6% соответственно.

В целом опрошенные в городах Вологде и Череповце считают, что необходимо больше всего опасаться потери здоровья (62,7 и 55,5% соответственно), потери жизни (32,2 и 32,6%) и ущерба от пожаров (23,1 и 19,1%). Примерно такое же распределение ответов и в районах (сельская местность): 44% респондентов опасаются потери здоровья (меньше, чем в городах), 28,9% – потери жизни и 39,5% – ущерба от пожаров. Поскольку данное исследование посвящено проблемам развития рынка личного страхования, далее будем концентрировать внимание на группах респондентов, опасющихся потери жизни и (или) здоровья.

Логика ответов респондентов относительно актуальности для них тех или иных угроз подтвердилась ответами на вопрос: «Какими страховыми услугами помимо обязательных видов страхования Вы или члены Вашей семьи собираетесь воспользоваться в текущем году?».

По данным табл. 13, среди предпочтений опрошенных можно выделить такие виды страхования, как страхование здоровья, медицинское страхование, страхование жизни и пенсионное страхование, а также страхование от несчастных случаев.

Таблица 13

Распределение предпочтений респондентов относительно видов личного страхования

Виды личного страхования	Факторы угроз	
	Потеря жизни	Потеря здоровья
Страхование жизни	56,5% (126 чел.)	44,8% (100 чел.)
Страхование здоровья	31,8% (91 чел.)	72,4% (207 чел.)
Краткосрочное страхование жизни	27,6% (8 чел.)	48,3% (14 чел.)
Пенсионное страхование	39,4% (59 чел.)	61,5% (104 чел.)
От несчастного случая	34,2% (54 чел.)	51,3% (81 чел.)
Страхование детей	28,3% (49 чел.)	53,2% (92 чел.)
Долгосрочная страховка ребенка	26,1% (12 чел.)	37% (17 чел.)

Общая масса респондентов области также предпочла бы застраховать здоровье (19,6%) и жизнь (15,3%). В г. Вологде предпочли застраховать здоровье 19,8% респондентов, жизнь – 13%, в г. Череповце – 17,3 и 11,7% соответственно, в районах области желающих больше – 20,7 и 18,2%. Среди ответов респондентов, опасаящихся потери жизни и здоровья, число голосов, отданных за виды личного страхования, намного больше, чем в целом среди опрошенных.

Выявление угроз, которых опасаются потенциальные потребители, недостаточно для объяснения мотивов их предпочтений (рис. 1). Поэтому респондентам был поставлен следующий вопрос: «Если Вы или члены Вашей семьи планируете воспользоваться услугами страховой компании в текущем году (помимо обязательного государственного страхования), то что повлияет на Ваше решение?».

Результаты сопоставления ответов респондентов, желающих застраховаться и имеющих страховку, оказались примерно одинаковыми. Потенциальные страхователи мотивируют желание застраховаться прежде всего надеждой на помощь (14,9 и 14,7%), неуверенностью в будущем (13,9 и 12,4%).

Среди самых «слабых» мотивов к страхованию оказались поездка за границу, надежность страховой компании, престижность страхования, служебная необходимость. Именно данные мотивы к страхованию преобладают



Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если Вы или члены Вашей семьи планируете воспользоваться услугами страховой компании в текущем году (помимо обязательного государственного страхования), то что повлияет на Ваше решение?»

у страхователей в зарубежных странах. Таким образом, реальные страхователи в своих мотивах и знаниях о видах и формах личного страхования пока сохраняют представления, сформировавшиеся еще в период планово-централизованной системы, когда монополию на страхование имели Росгосстрах и Ингосстрах. Преодоление подобных представлений о личном страховании должно стать первоочередной задачей при проникновении на страховой рынок Северного экономического района.

Уровень страховой культуры потенциальных и реальных страхователей формируется в среде их общения – среди знакомых, коллег, родственников. Для этого респондентам задавался вопрос: «Какие страховые услуги наиболее распространены в Вашей семье, среди знакомых, коллег, на предприятии, где Вы работаете?». В табл. 14 представлено распределение ответов респондентов на этот вопрос.

Распределение ответов показывает, что респонденты, опасющиеся потери здоровья, по сравнению с респондентами, опасющимися потери жизни, в большей мере знакомы с услугами пенсионного страхования (64,2%), страхования здоровья (63,6%), жизни и здоровья детей (59,9%), от

Таблица 14

**Распределение ответов респондентов об известных им видах
услуг личного страхования**

Виды услуг личного страхования	Предпочтения респондентов, опасаящихся:	
	потери жизни, %	потери здоровья, %
Страхование жилища	38,2	56,0
Страхование имущества	32,2	57,9
Страхование жизни	45,4	49
Страхование от несчастного случая	32,6	59,5
Страхование жизни и здоровья детей	31,4	59,9
Страхование здоровья	35,2	63,6
Пенсионное страхование	34,8	64,2
Краткосрочное страхование при поездках за рубеж	36,4	40,9
Долгосрочная страховка для ребенка	29,21	43,6

несчастных случаев (59,5%). Респонденты, опасаящиеся потери жизни, предпочитают страхование жизни (45,4%), краткосрочное страхование при поездках за рубеж (36,4%), страхование здоровья (35,2%).

Различия в предпочтениях респондентов еще более рельефно выявляются при анализе социально-демографических характеристик респондентов, опасаящихся потери жизни и потери здоровья.

А. Социально-демографические характеристики потенциальных потребителей услуг страхования жизни

По данным табл. 15, в г. Вологде среди желающих застраховать жизнь выделяются мужчины в возрасте 30 - 60 лет, в г. Череповце – мужчины 30 - 60 лет и женщины 30 - 60 лет и старше 60 лет, в районах – женщины 30 - 60 лет. Это свидетельствует о том, что предпочтения жителей разных территорий весьма различны, поэтому виды личного страхования не могут быть сегментированы лишь по половозрастному признаку.

Таблица 15

**Половозрастная структура группы респондентов,
желающих застраховать жизнь**

Территория		Мужской пол			Женский пол		
		до 30 лет	30-60 лет	старше 60 лет	до 30 лет	30-60 лет	старше 60 лет
г. Вологда	чел.	6	16	2	6	7	7
	%	13,6	36,4	4,5	13,6	15,9	15,9
г. Череповец	чел.	13	10	3	10	8	2
	%	28,3	21,7	6,5	21,7	17,4	4,3
Районы	чел.	19	32	7	22	42	11
	%	14,3	24,1	5,3	16,5	31,6	8,3

Значение признака «размер семьи респондента, желающего застраховать жизнь», наиболее однородно: 3-4 человека (табл. 16). Поэтому сегментирование потребителей услуг страхования жизни по размеру семьи можно использовать в целях массовой рекламы личного страхования.

Таблица 16

Размер семей респондентов, желающих застраховать жизнь

Территория		Количество человек в семье					
		1	2	3	4	5	Более 5
г. Вологда	чел.	4	10	13	11	2	3
	%	9,1	22,7	29,5	25,0	4,5	6,8
г. Череповец	чел.	3	9	10	18	4	2
	%	6,5	19,6	21,7	39,1	8,7	4,3
Район	чел.	5	41	41	33	5	3
	%	3,8	30,8	30,8	24,8	3,8	2,3

Дифференциация уровня образования респондентов, желающих застраховать жизнь, не значительна (табл. 17).

Таблица 17

Различия в уровне образования респондентов, желающих застраховать жизнь

Территория		Неполное среднее	Средняя школа, в т.ч. ПТУ	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее	Высшее
г. Вологда	чел.	4	11	15	3	10
	%	9,1	25,0	34,1	6,8	22,7
г. Череповец	чел.	4	9	15	6	12
	%	8,7	19,6	32,6	13,0	26,1
Районы	чел.	9	38	64	9	13
	%	6,8	28,6	48,1	6,8	9,8

Наибольшая доля желающих застраховать жизнь приходится на лиц со средним специальным образованием (в целом по области), а в городах и на лиц с высшим образованием. Это свидетельствует о том, что в районах области необходимо продвигать услуги с наиболее понятными для среднего потребителя условиями личного страхования.

Распределение респондентов по сфере деятельности (табл. 18) отражает отраслевую структуру экономики территории. Так, в г. Вологде, где развита торговля, наибольшая часть (22,7%) среди желающих застраховать жизнь приходится именно на работников этой отрасли, в г. Череповце – на работников промышленности (19,6%), в районах – на работников сельского и лесного хозяйства (21,1%).

Наиболее важным фактором для формирования спроса на страховые услуги в условиях рыночной экономики является доход потенциальных потребителей. В табл. 19 представлены данные о доходах потенциальных потребителей страхования жизни.

Таблица 18

**Распределение потребителей услуг страхования жизни
по сфере деятельности**

Территория		Сельское, лесное хозяйство	Промышленность	Торговля	Сфера обслуживания	Наука	Культура	Образование	Здравоохранение	финансы	Другое	Не работаю
г. Вологда	чел.	-	6	10	6	2	-	3	1	1	2	11
	%	-	13,6	22,7	13,6	4,5	-	6,8	2,3	2,3	4,5	25,0
г. Череповец	чел.	-	9	6	3	-	1	9	1	2	3	12
	%	-	19,6	13,04	6,52	-	2,17	19,57	2,17	4,35	6,52	26,09
Районы	чел.	28	19	17	5	2	3	14	2	6	10	27
	%	21,1	14,3	12,8	3,8	1,5	2,3	10,5	1,5	4,5	7,5	20,3

Как видно, дифференциация доходов населения территорий области велика. В страховании жизни предпочтительнее разворачивание деятельности по привлечению клиентов в г. Череповце и районах.

Таблица 19

**Различия в уровне доходов потенциальных потребителей услуг
страхования жизни**

Территория	Уровень дохода	Размер дохода, руб.
г. Вологда	Средний	2 102,9
	Минимальный	200
	Максимальный	10 000
г. Череповец	Средний	3 472,5
	Минимальный	150
	Максимальный	55 000
Районы	Средний	2 257,4
	Минимальный	20
	Максимальный	30 000

Данные о дифференциации доходов потенциальных клиентов могут быть дополнены классификацией их материального состояния по отнесению к доходным группам.

Данные табл. 20 показывают, что наиболее реальное участие в страховании могут принять респонденты, относящиеся к первой, второй и третьей доходным группам.

Следует также отметить, что на долю наиболее «богатой группы» респондентов в городах приходится больше желающих застраховать жизнь, чем в сельской местности.

Поскольку большое количество респондентов, желающих застраховать жизнь, относится к категории «неработающие», отдельно рассмотрим

Таблица 20

Дифференциация респондентов по доходным группам

Территория		Денег вполне достаточно для покупки любых товаров	Покупка большинства товаров длительного пользования не вызывает затруднений	Денег достаточно для приобретения продуктов питания, покупка товаров длительного пользования вызывает затруднения	Денег хватает на приобретение только продуктов питания	Денег не хватает даже на приобретение продуктов питания
г. Вологда	чел.	-	5	15	18	4
	%	-	11,4	34,1	40,9	9,1
г. Череповец	чел.	3	5	22	13	3
	%	6,5	10,9	47,8	28,3	6,5
Районы	чел.	7	7	55	47	15
	%	5,3	5,3	41,4	35,3	11,3

их предпочтения и социально-демографические характеристики в среднем по области (табл. 21).

Большинство неработающих респондентов – это женщины. Многие из них желают заключить договор пенсионного страхования (36,7%), поскольку не могут производить отчисления в Пенсионный фонд от своего дохода.

Таблица 21

Предпочтения и социально-демографическая характеристика неработающих респондентов

Предпочтения и характеристика	Ответы неработающих респондентов (в % от числа опрошенных)
Какими страховыми услугами Вы или члены Вашей семьи собираетесь воспользоваться в текущем году?	
– страхование жизни	22,4
– краткосрочное страхование жизни	27,6
– пенсионное страхование	36,7
– страхование детей	25,9
– долгосрочная страховка ребенка	20,2
Половозрастной состав неработающих респондентов:	
– мужчины до 30 лет	14,3
– 30-60 лет	19,5
– женщины до 30 лет	18,9
– 30-55 лет	33,3
– старше 55 лет	8,8
Среднедушевой доход, руб. / чел.	6738
Среднее количество человек в семье, чел.	2-3

Таким образом, социально-демографический портрет потребителя, желающего застраховать жизнь (включая предпочтения неработающих респондентов), выглядит следующим образом:

- мужчина или женщина в возрасте 30 - 60 лет;
- средний размер их семьи – 2 - 4 человека;
- уровень образования – среднее специальное или высшее;
- сфера деятельности – торговля, промышленность, сельское или лесное хозяйство; неработающие;
- среднедушевой доход – 2 200 - 6 000 руб. в месяц.

Б. Социально-демографические характеристики потенциальных потребителей страхования здоровья

Среди желающих застраховать здоровье в г. Вологде выделяются мужчины в возрасте 30 - 60 лет и женщины до 30 лет, в г. Череповец – мужчины 30 - 60 лет и женщины до 30 лет, в районах – мужчины и женщины 30 - 60 лет (табл. 22).

Таблица 22

Половозрастная структура группы респондентов, желающих застраховать здоровье

Территория		Мужской пол			Женский пол		
		до 30 лет	30-60 лет	старше 60 лет	до 30 лет	30-60 лет	старше 60 лет
г. Вологда	чел.	10	19	-	17	15	6
	%	14,9	28,4	-	25,4	22,4	9,0
г. Череповец	чел.	17	16	4	13	8	10
	%	25,0	23,5	5,9	19,1	11,8	14,7
Районы	чел.	21	31	12	24	48	15
	%	13,9	20,5	7,9	15,9	31,8	9,9

Размер семьи респондента, желающего застраховать здоровье, примерно одинаков по территориям области – 3-4 человека (табл. 23).

Таблица 23

Размер семей респондентов, желающих застраховать здоровье

Территория		Количество человек в семье					
		1	2	3	4	5	Более 5
г. Вологда	чел.	4	13	24	14	4	6
	%	6,0	19,4	35,8	20,9	6,0	9,0
г. Череповец	чел.	3	16	16	26	6	1
	%	4,4	23,5	23,5	38,2	8,8	1,5
Район	чел.	16	35	52	39	9	-
	%	10,6	23,2	34,4	25,8	6,0	-

Дифференциация уровня образования респондентов, желающих застраховать здоровье, незначительна (табл. 24).

Таблица 24

**Различия в уровне образования потребителей,
желающих застраховать здоровье**

Территория		Неполное среднее	Средняя школа, в т.ч. ПТУ	Среднее Специальное образование	Незаконченное высшее	Высшее
г. Вологда	чел.	3	12	22	8	21
	%	4,5	17,9	32,8	11,9	31,3
г. Череповец	чел.	9	16	24	6	13
	%	13,2	23,5	35,3	8,8	19,1
Районы	чел.	11	38	62	9	31
	%	7,3	25,2	41,1	6,0	20,5

Наибольшая доля желающих застраховать здоровье приходится на лиц со средним специальным образованием (в целом по области), а в городах и на лиц с высшим образованием.

Распределение респондентов по сфере их деятельности (табл. 25) во многом отражает отраслевую структуру экономики территории.

Таблица 25

Распределение потребителей по сфере деятельности

Территория		Сельское, лесное хозяйство	Промышленность	Торговля	Сфера обслуживания	Наука	Культура	Образование	Здравоохранение	Финансы	Другое	Неработающие
г. Вологда	чел.	-	12	12	7	2	2	6	5	1	7	12
	%	-	17,9	17,9	10,4	3,0	3,0	9,0	7,5	1,5	10,4	17,9
г. Череповец	чел.	-	12	11	7	-	2	4	-	3	4	24
	%	-	17,6	16,2	10,3	-	2,9	5,9	-	4,4	5,9	35,3
Районы	чел.	24	19	16	9	4	4	10	5	4	15	41
	%	15,9	12,6	10,6	6,0	2,6	2,6	6,6	3,3	2,6	9,9	27,2

В табл. 26 представлены данные о доходах потенциальных потребителей страхования здоровья в разрезе доходных групп. Наиболее распространенная субъективная градация личных доходов относится в городах и сельской местности области к 3-й и 4-й доходным группам.

Поскольку большое количество респондентов, желающих застраховать здоровье, относится к категории «неработающие», следует отдельно рассмотреть их предпочтения и социально-демографические характеристики в среднем по области (табл. 27).

По данным таблицы, большинство неработающих респондентов – это женщины до 30 лет (28,6%) и старше 55 лет (24,7%) с довольно высоким среднедушевым доходом, из небольших семей, желающие заключить договор пенсионного страхования (36,7%), поскольку хотят получать медицин-

Таблица 26

**Распределение респондентов, желающих застраховать здоровье,
по доходным группам**

Территория	Денег вполне достаточно для покупки любых товаров		Покупка большинства товаров длительного пользования не вызывает затруднений		Денег достаточно для приобретения продуктов питания, покупки товаров длительного пользования вызовет затруднения		Денег хватает на приобретение только продуктов питания		Денег не хватает даже на приобретение продуктов питания	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%
г. Вологда	чел.	-	5	7,5	42	62,7	15	22,4	3	4,5
	%	-	7,5	7,5	62,7	62,7	15	22,4	3	4,5
г. Череповец	чел.	7	11	16,2	27	39,7	20	29,4	1	1,5
	%	10,3	16,2	16,2	39,7	39,7	29,4	29,4	1,5	1,5
Районы	чел.	3	11	7,3	39	25,8	74	49,0	24	15,9
	%	2,0	7,3	7,3	25,8	25,8	49,0	49,0	15,9	15,9

Таблица 27

**Предпочтения и социально-демографическая характеристика
неработающих респондентов, желающих застраховать здоровье**

Характеристика и предпочтения	Ответы неработающих респондентов (в % от количества неработающих)
Какими страховыми услугами Вы или члены Вашей семьи собираетесь воспользоваться в текущем году?	26,9
Половозрастной состав неработающих респондентов:	
– мужчины до 30 лет	13,0
– 30-60 лет	5,2
– старше 60 лет	16,9
– женщины до 30 лет	28,6
– 30-55 лет	11,7
– старше 55 лет	24,7
Среднедушевой доход, руб. / чел.	6 700
Среднее количество человек в семье, чел.	2-3

ские услуги более высокого сервиса по сравнению с системой обязательного медицинского страхования.

Таким образом, социально-демографический портрет потенциального потребителя страхования здоровья мало чем отличается от портрета потенциального потребителя страхования жизни.

В ходе опроса респондентам, желающим застраховать жизнь или здоровье, был задан вопрос о размере суммы, которую они могут уплатить за страховые услуги (табл. 28).

Таблица 28

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какую денежную сумму Вы могли бы потратить на страхование?»

Ответы	До 1 000 руб.	1 000 - 5 000 руб.	5 000 - 10 000 руб.	Свыше 10 000 руб.
В % от кол-ва имеющих страховки	59,6	23,1	7,6	4,9
В % от кол-ва планирующих оформить страховку	57,3	28,7	6,5	3,5
Доходная группа	3-4	2-3	2	-

Данные таблицы показывают, что большинство ответов (59,6 и 57,3%) приходится на интервал до 1 000 руб. и немалая часть (23,1 и 28,7%) – на интервал 1 000 – 5 000 руб. Немаловажным является то, что планирующие оформить страховку готовы платить больше, чем уже ее имеющие. Желающие заплатить за страховку до 1 000 рублей относятся к 3–4 доходным группам, а желающие платить 1 000 – 5 000 руб. – к наиболее обеспеченным 2–3 группам. Поэтому в Вологодской области застраховать здоровье и жизнь могут респонденты со среднестатистическим доходом от 5 000 руб. в месяц (10 – 15%), относящиеся к группе, у которой покупка большинства товаров не вызывает материальных затруднений.

4. ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА РЫНКА ЛИЧНОГО СТРАХОВАНИЯ В МУРМАНСКОЙ ОБЛАСТИ

«Есть ли у Вас или членов Вашей семьи страховка?», «Планируете ли Вы оформить какой-либо вид страховки для себя или членов Вашей семьи в текущем году?» – распределение ответов респондентов Мурманской области на эти вопросы представлено в табл. 29.

Таблица 29

Распределение ответов респондентов о намерениях оформить страховку, в %

Вопрос	Да	Нет	Не знаю
<i>Есть ли у Вас или членов Вашей семьи страховка?</i>	18,8	73,4	5,9
В т. ч.:			
– количество респондентов, планирующих застраховать жизнь	35,7	48,7	15,6
– количество респондентов, планирующих застраховать здоровье	41,6	50,0	7,9
<i>Планируете ли Вы или члены Вашей семьи оформить какой-либо вид страховки в текущем году?</i>	14,7	62,5	20,2
В т. ч.:			
– количество респондентов, планирующих застраховать жизнь	31,2	39,0	29,2
– количество респондентов, планирующих застраховать здоровье	40,2	35,5	22,4

Как видно из ее данных, страховку в области имеют только 18,8% населения, из них чуть более трети (35,7%) планируют оформить договор страхования жизни и 41,6% респондентов – полис добровольного медицинского страхования, т. е. один и тот же респондент планирует участвовать в двух видах личного страхования. В среднем по Мурманской области 14,7% респондентов, уже имеющих страховку, планируют ее оформить и в будущем, преимущественно по страхованию жизни (40,2%). Следует отметить, что среди респондентов, сомневающихся в оформлении страховки в текущем году и не планирующих ее оформлять вообще, предпочтения отдаются страхованию жизни.

Таким образом, респонденты, участвующие в личном страховании, желают застраховать свое здоровье, а никогда не участвовавшие – жизнь. Возможно, это связано с общим представлением населения о личном страховании как страховании жизни.

При ответе на вопрос: «Какие угрозы вызывают у Вас наибольшие опасения?» получилось следующее распределение ответов: потери жизни опасаются в среднем по области 31,1% респондентов, потери здоровья – 64%, автокатастроф – 12,8%, несчастных случаев – 10,4%. Таким образом, население области заинтересовано в первую очередь в медицинском страховании.

**Распределение предпочтений респондентов относительно
видов личного страхования**

Виды личного страхования	Факторы угроз	
	Потеря жизни	Потеря здоровья
Страхование жизни	71,1% (108 чел.)	68,2% (105 чел.)
Страхование здоровья	42,5% (91 чел.)	81,3% (174 чел.)
Краткосрочное страхование жизни	44,8% (13 чел.)	82,8% (24 чел.)
Пенсионное страхование	32,4% (34 чел.)	76,2% (80 чел.)
От несчастного случая	35,8% (39 чел.)	73,4% (80 чел.)
Страхование детей	46,3% (74 чел.)	76,9% (123 чел.)
Долгосрочная страховка ребенка	57,8% (26 чел.)	62,2% (28 чел.)

Как видно из данных табл. 30, основная масса респондентов Мурманской области предпочла бы такие виды страхования, как страхование здоровья (38,2%), детей (32,9%) и от несчастного случая (22,2%). Среди ответов респондентов, опасаящихся потери жизни и здоровья, число голосов, отданных за виды личного страхования, намного больше, чем в целом среди опрошенных. Так, респонденты, опасаящиеся потери жизни, застраховали бы в первую очередь свою жизнь, в т. ч. на короткий срок (71,1% и 44,8% соответственно), детей (46,3%) и здоровье (42,5%). Респонденты, опасаящиеся потери здоровья, могли бы заключить договор страхования здоровья (81,3%), краткосрочного страхования жизни (82,8%), детей (76,9%). Таким образом, предпочтения мурманчан по сравнению с респондентами Вологодской области более разнообразны.

Результаты сопоставления ответов респондентов, желающих застраховаться и имеющих страховку, на вопрос о мотивах к страхованию представлены на рис. 2.

Главными мотивами респондентов Мурманской области в личном страховании являются желание застраховать ребенка (19,6 и 13,9%), надежда на помощь (19,6 и 16,7%), неуверенность в будущем (13,3 и 11,8%), привычка (9,8 и 10,8%).

Информированность респондентов Мурманской области о различных видах личного страхования проверялась ответами на вопрос: «Какие страховые услуги наиболее распространены в Вашей семье, среди знакомых, коллег, на предприятии, где Вы работаете?». Распределение ответов представлено в табл. 31.

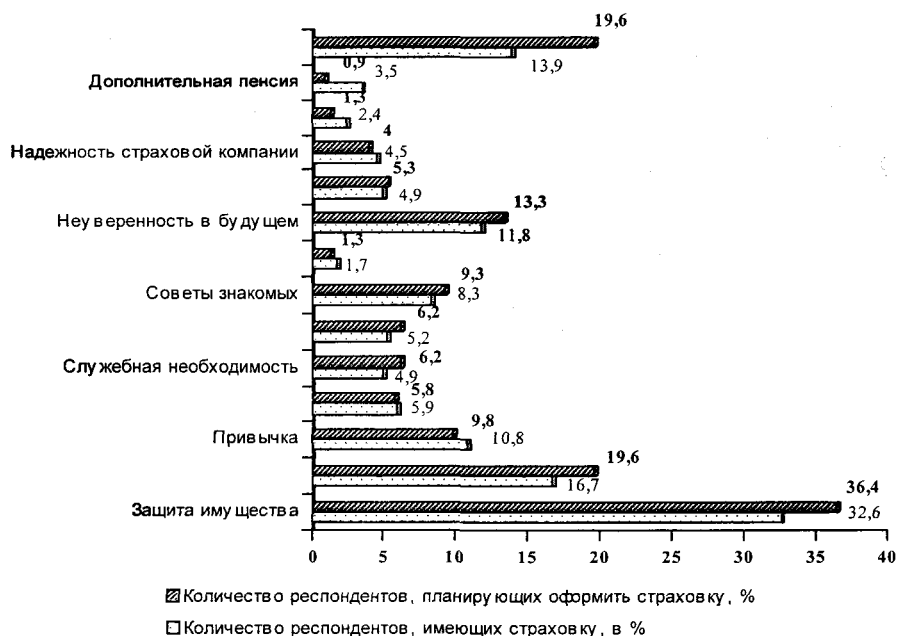


Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если Вы или члены Вашей семьи планируете воспользоваться услугами страховой компании в текущем году (помимо обязательного государственного страхования), то что повлияет на Ваше решение?»

Таблица 31

Распределение ответов респондентов об известных им видах услуг личного страхования

Виды услуг личного страхования	Предпочтения респондентов, опасющихся:	
	потери жизни, %	потери здоровья, %
Страхование жизни	48,2	75
Страхование от несчастного случая	26,6	71,6
Страхование жизни и здоровья детей	40,7	76,2
Страхование здоровья	40,6	77,6
Пенсионное страхование	40,4	76,4
Краткосрочное страхование при поездках за рубеж	51,6	75,8
Долгосрочная страховка для ребенка	31,4	90,2

Респонденты, опасющиеся потери здоровья, по сравнению с респондентами, опасющимися потери жизни, знакомы в большей мере с услугами страхования здоровья и жизни детей (90,2 и 76,2%), медицинского

(77,6%), пенсионного (76,4%) страхования. Респонденты, опасющиеся потери жизни, предпочитают страхование жизни (48,2%), краткосрочное страхование при поездках за рубеж (51,6%), страхование здоровья и жизни детей (40,7%). Виды личного страхования, выбранные респондентами Вологодской и Мурманской области, также схожи, за исключением пенсионного страхования – в Вологодской области данный вид страхования менее популярен.

Характеристика потребительских предпочтений респондентов Мурманской области дополнена их социально-демографическими характеристиками в разрезе двух основных видов страхования – жизни и здоровья.

А. Социально-демографические характеристики потенциальных потребителей услуг страхования жизни

На территории Мурманской области среди желающих застраховать жизнь преобладают женщины в возрасте 30 – 60 лет, в то время как в Вологодской области – мужчины этого возраста. Однако в городах Апатиты и Мурманске среди потенциальных клиентов также преобладают мужчины в возрасте 30 – 60 лет.

Таблица 32

Половозрастная структура группы респондентов, желающих застраховать жизнь

Территория		Мужской пол			Женский пол		
		до 30 лет	30-60 лет	старше 60 лет	до 30 лет	30-60 лет	старше 60 лет
г. Апатиты	%	4,7	37,0	6,8	7,3	35,4	8,9
г. Оленегорск	%	6,7	28,9	6,7	8,9	40,0	8,9
г. Мончегорск	%	9,1	30,1	4,8	15,1	33,9	7,0
г. Кировск	%	6,9	20,1	4,2	17,4	46,5	4,9
г. Кандалакша	%	7,2	22,2	3,9	11,1	47,8	7,8
г. Полярные Зори	%	10,0	22,1	6,8	12,6	38,4	10,0
г. Мурманск	чел.	17	110	15	41	100	22
	%	5,6	36,1	4,9	13,4	32,8	7,2

Средний размер семьи респондента, желающего застраховать жизнь, в городах Мурманской области составил 3-4 человека (табл. 33).

Дифференциация уровня образования респондентов, желающих застраховать жизнь, не различается по городам Мурманской области (табл. 34). Наибольшая доля желающих застраховать жизнь приходится на лиц со средним специальным и высшим образованием, за исключением г. Кандалакша, где большая часть опрошенных имеет в равных долях (по 33,9%) среднее и среднее специальное образование.

Таблица 33

Размер семей респондентов, желающих застраховать жизнь

Территория		Количество человек в семье					
		1 чел.	2 чел.	3 чел.	4 чел.	5 чел.	Более 5
г. Апатиты	%	18,2	27,6	28,1	18,8	6,3	1,0
г. Оленегорск	%	19,4	17,8	33,9	24,4	4,4	-
г. Мончегорск	%	7,0	15,1	40,9	34,4	0,5	2,2
г. Кировск	%	11,8	22,2	30,6	32,6	2,8	-
г. Кандалакша	%	16,1	20,6	33,3	23,3	5,0	1,7
г. Полярные Зори	%	14,2	21,1	30,0	30,5	2,6	1,6
г. Мурманск	чел.	40	60	109	79	13	4
	%	13,1	19,7	35,7	25,9	4,3	1,3

Таблица 34

Различия потребителей, желающих застраховать жизнь, по уровню образования

Территория		Неполное среднее	Средняя школа, в т.ч. ПТУ	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее	Высшее
г. Апатиты	%	5,7	21,4	37,5	7,3	28,1
г. Оленегорск	%	10	20,6	29,4	4,4	35,6
г. Мончегорск	%	3,2	26,3	40,3	7,0	23,1
г. Кировск	%	2,8	14,6	39,6	16,0	27,1
г. Кандалакша	%	7,8	33,9	33,9	6,1	18,3
г. Полярные Зори	%	7,9	12,1	32,6	7,4	40
г. Мурманск	чел.	8	37	108	30	122
	%	2,6	12,1	35,4	9,8	40

Таким образом, социально-демографический портрет потребителя, желающего застраховать жизнь, в Мурманской области выглядит следующим образом:

- мужчина или женщина в возрасте 30 - 60 лет;
- средний размер их семьи – 3 - 4 человека;
- уровень образования – среднее специальное или высшее.

Б. Социально-демографические характеристики потенциальных потребителей страхования здоровья

Среди желающих застраховать здоровье в Мурманской области преобладают женщины в возрасте 30-60 лет, а в г. Мурманске – мужчины того же возраста (табл. 35).

Размер семьи респондента, желающего застраховать здоровье, такой же, как у желающих застраховать жизнь: 3-4 человека (табл. 36).

Дифференциация уровня образования респондентов, желающих застраховать здоровье, практически не различается по городам области

Таблица 35

**Половозрастная структура группы респондентов,
желающих застраховать здоровье**

Территория		Мужской пол			Женский пол		
		до 30 лет	30-60 лет	старше 60 лет	до 30 лет	30-60 лет	старше 60 лет
г. Апатиты	%	4,9	36,6	7,7	6,6	35,5	8,7
г. Оленегорск	%	7,3	29,9	5,6	7,9	40,1	9,0
г. Мончегорск	%	9,1	29,3	6,1	16,5	30,5	8,5
г. Кировск	%	6,7	18,2	4,2	17,6	47,9	5,5
г. Кандалакша	%	8,1	22,7	4,1	10,5	45,9	8,7
г. Полярные Зори	%	9,7	19,9	6,8	14,8	39,8	9,1
г. Мурманск	чел.	16	106	15	36	85	21
	%	5,7	38,0	5,4	12,9	30,5	7,5

Таблица 36

Размер семей респондентов, желающих застраховать здоровье

Территория		Количество человек в семье					
		1 чел.	2 чел.	3 чел.	4 чел.	5 чел.	Более 5
г. Апатиты	%	19,1	26,8	29,0	17,5	6,6	1,0
г. Оленегорск	%	20,9	17,5	33,9	24,9	2,8	-
г. Мончегорск	%	8,5	15,9	42,7	30,5	0,6	1,8
г. Кировск	%	11,5	24,8	27,3	32,7	3,6	-
г. Кандалакша	%	15,7	20,3	33,1	23,8	4,7	2,3
г. Полярные Зори	%	14,8	21,6	27,8	31,3	2,8	1,7
г. Мурманск	чел.	36	55	101	67	16	4
	%	12,9	19,7	36,2	24,0	5,7	1,4

(табл. 37). Наибольшая доля респондентов с высшим образованием, желающих застраховать здоровье, приходится на г. Полярные Зори (41,5%) и г. Мурманск (38,4%), наименьшая – на г. Кандалакша (18,6%).

Таблица 37

**Различия в уровне образования потребителей,
желающих застраховать здоровье**

Территория		Неполное среднее	Средняя школа, в т.ч. ПТУ	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее	Высшее
г. Апатиты	%	5,5	23,0	36,6	6,6	28,4
г. Оленегорск	%	9,0	22,0	29,9	4,0	35,0
г. Мончегорск	%	3,7	27,4	39,0	8,5	21,3
г. Кировск	%	2,4	12,7	35,2	18,8	30,9
г. Кандалакша	%	8,7	34,3	32,6	5,8	18,6
г. Полярные Зори	%	8,0	11,9	31,3	7,4	41,5
г. Мурманск	чел.	8	37	100	27	107
	%	2,9	13,3	35,8	9,7	38,4

В целом по Мурманской области большая часть желающих застраховать здоровье приходится на лиц со средним специальным (34,9%) и высшим (31,7%) образованием.

В. Характеристика уровня доходов респондентов

В табл. 38 представлены данные о доходах потенциальных клиентов страховых компаний по личному страхованию в разрезе городов Мурманской области. Наибольший среднедушевой доход приходится на Мурманск (4 894 руб.), Оленегорск (4 663 руб.) и Кировск (4 485 руб.).

Таблица 38

Уровень дохода услуг личного страхования потенциальных потребителей

Территория	Среднедушевой размер дохода, руб. в месяц
г. Апатиты	3 088
г. Оленегорск	4 663
г. Мончегорск	3 926
г. Кировск	4 485
г. Кандалакша	4 293
г. Полярные Зори	4 465
г. Мурманск	4 894

Среднемесячный доход на одного члена семьи потенциального клиента по страхованию жизни в среднем по Мурманской области составил 5 267 руб. в месяц, краткосрочному страхованию жизни – 4 705 руб., страхованию здоровья – 5 273 руб., пенсионному страхованию – 3 546 руб., от несчастного случая – 5 818 руб., по страхованию здоровья и жизни детей – 5 173 руб., долгосрочному страхованию детей – 5 551 руб. в месяц. Более высокий доход потенциального страхователя определяет и более высокую потребность в соответствующих видах страхования.

Данные о среднем доходе респондентов могут быть дополнены классификацией их материального состояния по отнесению к доходным группам (табл. 39).

Наиболее высока доля «богатой» группы респондентов в Мурманске (6,8%), Кировске (3,6%) и в Полярных Зорях (2,8%). В то же время малообеспеченных респондентов больше всего в г. Оленегорске (14,1%) и в г. Апатиты (10,9%).

В ходе опроса респондентам был задан вопрос о размере суммы, которую они могут уплатить за страховые услуги (табл. 40). В среднем по Мурманской области, также как и по Вологодской, респонденты, имеющие и планирующие оформить страховку, смогли бы заплатить за нее не более 1 000 руб. (49%). Однако имеются некоторые расхождения в готовности платить разные суммы за страховые услуги по городам области. Так, в

Таблица 39

Распределение респондентов по доходным группам

Территория		Денег вполне достаточно для покупки любых товаров	Покупка большинства товаров длительного пользования не вызывает затруднений	Денег достаточно для приобретения продуктов питания, покупки товаров длительного пользования вызывает затруднения	Денег хватает на приобретение только продуктов питания	Денег не хватает даже на приобретение продуктов питания
г. Апатиты	%	0,5	3,8	48,1	36,6	10,9
г. Оленегорск	%	2,3	9,6	48,6	25,4	14,1
г. Мончегорск	%	1,8	5,5	48,8	40,9	3,0
г. Кировск	%	3,6	14,5	56,4	20,6	4,8
г. Кандалакша	%	1,2	8,1	44,2	39,5	7,0
г. Полярные Зори	%	2,8	15,3	46,0	26,1	9,7
г. Мурманск	чел.	19	31	146	71	12
	%	6,8	11,1	52,3	25,4	4,3

г. Кировске и г. Мурманске соответственно 65,4 и 47,5% опрошенных респондентов смогли бы потратить на личное страхование от 1 000 до 5 000 руб.

Таблица 40

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какую денежную сумму Вы могли бы потратить на страхование?»

Территория	До 1000 руб.	1 000 - 5 000 руб.	5 000 - 10 000 руб.	Свыше 10 000 руб.
<i>В % от количества респондентов, имеющих страховку</i>				
г. Апатиты	65	5	5	10
г. Оленегорск	40	30	10	-
г. Мончегорск	47,1	41,2	5,9	-
г. Кировск	28,6	53,6	7,1	3,6
г. Кандалакша	54,7	30,2	11,3	1,9
г. Полярные Зори	36,1	27,8	13,9	16,7
г. Мурманск	38,5	39,4	15,4	1,9
<i>В % от количества респондентов, планирующих оформить страховку</i>				
г. Апатиты	41,2	23,5	11,8	-
г. Оленегорск	53,8	23,1	15,4	3,8
г. Мончегорск	56,3	28,1	3,1	-
г. Кировск	19,2	65,4	11,5	3,8
г. Кандалакша	55,9	35,3	8,8	-
г. Полярные Зори	45,2	19,4	12,9	22,6
г. Мурманск	28,8	47,5	20,3	1,7

Сопоставление уровня доходов респондентов с их готовностью платить за страхование позволяет сделать вывод о перспективности развития личного страхования в Мурманской области. Реальное участие в личном страховании могут принять 20 - 25% взрослого населения.

Содержание

1. Характеристика страхового рынка в Северном экономическом районе	3
2. Ведущие компании рынка личного страхования в северных регионах	8
3. Оценка потенциала рынка личного страхования в Вологодской области	11
4. Оценка потенциала рынка личного страхования в Мурманской области	22

Научное издание

Байдалаков Борис Алексеевич

**Исследование регионального рынка
личного страхования**

Научный редактор

кандидат экономических наук Т. Н. Трунова

Редакционная подготовка

Л. Н. Воронина

Корректор

Л. Ю. Журавлева

Компьютерная верстка

А. А. Воробьева

Подписано в печать 20.10.03.

Формат бумаги 60x84^{1/16}. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 1,5. Тираж 150 экз. Заказ №95.

160014, г. Вологда, ул. Горького, 56а, ВНКЦ ЦЭМИ РАН,
тел. 54-43-79, e-mail: common@vscc.ac.ru