

Министерство образования и науки Российской Федерации
Байкальский государственный университет экономики и права

С.А. Бахматов, Т.В. Колесникова

МАРКЕТИНГ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Иркутск
Издательство БГУЭП
2011

УДК 368
ББК 65.271
Б30

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Байкальского государственного университета экономики и права

Рецензенты д-р экон. наук, проф. В.М. Багинова
 д-р экон. наук, проф. А.П. Киреенко
 канд. экон. наук, проф. О.И. Русакова

Бахматов С.А.

Б30 Маркетинг в деятельности страховой организации / С.А. Бахматов,
 Т.В. Колесникова. – Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2011. – 166 с.

ISBN 978-5-7253-2508-9

Исследованы вопросы организации маркетинга в деятельности страховых организаций. Раскрыты современные направления развития маркетинга в деятельности зарубежных страховщиков. Изложены методические рекомендации по повышению эффективности использования маркетинга в деятельности российских страховых организаций в условиях либерализации страхового рынка.

Для специалистов, занимающихся вопросами страхового маркетинга, экономистов, преподавателей, аспирантов.

ББК 65.271

ISBN 978-5-7253-2508-9

© Бахматов С.А., Колесникова Т.В., 2011
© Издательство БГУЭП, 2011

ПРЕДИСЛОВИЕ

Современный этап развития российского страхового рынка требует новых научных подходов и практических решений в сфере страхового маркетинга для повышения конкурентных преимуществ российских страховщиков, поскольку высокая конкурентоспособность страховой организации является в настоящее время одним из важнейших признаков успешного ведения страхового бизнеса. В условиях постоянно повышающейся конкуренции среди страховщиков набор привычных и хорошо известных приемов и методов, использовавшихся до настоящего времени, становится недостаточным для обеспечения финансовой устойчивости страхового бизнеса и дальнейшего его развития. В связи с этим поиск и внедрение новых инструментов страхового маркетинга, повышение объема продаж и наиболее полное удовлетворение все возрастающих потребностей потребителей страховых услуг становится одним из факторов получения прибыли от страховой деятельности и улучшения имиджа страховщика.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что страховой маркетинг в России все еще находится в начальной фазе своего развития и не воспринимается как инструмент повышения конкурентоспособности страховой организации. Вместе с тем роль маркетинга в страховом бизнесе определяется тем, что он раскрывает потенциальные возможности производства и сбыта страховых продуктов, определяет направления конкурентной борьбы и предлагает набор инструментов для стимулирования спроса, а также позволяет изучить и осуществить прогноз состояния и развития страхового рынка.

Конкурентоспособность является показателем, интересующим как страховщика, так и его клиентов. Важнейший показатель конкурентоспособности объекта любого уровня – наличие у него конкурентных преимуществ. В связи с этим любой страховщик должен сформировать положительный и привлекательный в глазах потребителей образ компании и ее услуг за счет формирования различных конкурентных преимуществ перед другими страховщиками. При этом для страховой организации решающим фактором повышения конкурентоспособности должен стать страховой маркетинг, с использованием которого преимущества достигаются за счет качества предоставляемой страховой защиты и, прежде всего, за счет повышения качества страхового обслуживания, совершенствования страховых продуктов, а также за счет удачной рекламы и адекватной политики ценообразования. Все это предопределяет необходимость радикально переосмыслить возможности традиционных способов обслуживания клиентов, активно использовать инструменты страхового маркетинга.

Применение современных инструментов страхового маркетинга приобретает сегодня особое значение для российских страховых организаций в связи со вступлением России в ВТО и происходящим ускоренными темпами процессом либерализации российского страхового рынка.

Работа подготовлена на основе диссертационного исследования, выполненного на кафедре страхования и управления рисками БГУЭП ассистентом Т.В. Колесниковой под руководством д.э.н. профессора С.А. Бахматова.