

Страховые продукты для населения: есть ли реальный выбор для россиян?

Светлана В. Щелокова¹, Владимир А. Вертоградов¹

¹ *Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, 119991, Россия*

Получено 2 May 2022 ♦ Принято в печать 16 August 2022 ♦ Опубликовано 27 March 2023

Цитирование: SV Shchelokova, VA Vertogradov (2023) Individual insurance products: is there a real choice for Russians? Population and Economics 7(1): 1–20. <https://doi.org/10.3897/popcon.7.e86059>

Аннотация

В данной статье на примере российского рынка проводится оценка уровня конкуренции предложенных страховых продуктов на четырех рынках: (1) страхование жизни, (2) страхование от несчастных случаев и болезней, (3) добровольное медицинское страхование и (4) пенсионное страхование. Цель исследования – определить динамику уровня конкуренции предложений на рынках страховых продуктов в рассматриваемый период. В качестве базы исследования были использованы соответствующие данные Рейтингового агентства «Эксперт» за 2018–2021 годы. Методика исследования базируется на оценке конкурентной ситуации на основе матрицы SV, в основе которой лежат индексы HTSV (уровень дифференциации внутри доминирующей группы) и CRSV (совокупная доля рынка доминирующей группы). В результате исследования было выявлено, что страховой рынок РФ в период с 2018 по 2021 год является довольно разнообразным с точки зрения доминирования. Большая часть страховых продуктов для населения относится к квадранту В4 матрицы SV, который характеризуется естественной олигополией, но ситуация с доминирующей группой по рассмотренным видам страхования значительно отличается, так как количество доминирующих игроков варьируется от 2 до 10, что значительно влияет на реальный выбор потребителя, однако среди рассмотренных рынков вообще не встречается рынков с низкой концентрацией и без доминирующей группы или доминирующего лидера. На рынке добровольного медицинского страхования выбор достаточно велик, а наличие большой доминирующей группы из восьми компаний позволяет говорить о формировании компаний двух эшелонов. Верхний эшелон формирует стандарты качества и доминирует по цене, остальные компании могут конкурировать с лидерами за счет нишевых предложений и ценовых факторов. Рынок пенсионного страхования является одним из примеров значительного сокращения выбора потребителя: в 2018 году он находился в квадранте R0 с относительно «слабой» доминирующей группой, а к 2021 году уже сформировалась слабо дифференцированная олигополия из пяти компаний, контролирующая 95% рынка. Появление игроков с рыночными и институциональными возможностями уровня СОГАЗа позволяет внести значительные изменения в структуру рынка, как это и произошло на рынке личного страхования, где СОГАЗ поглотил крупнейшего игрока и перевел рынок из олигополии семи компаний в фактическое доминирование одной.

Ключевые слова

конкурентный анализ; страхование жизни; рыночная конкуренция; российский страховой рынок; матрица SV

Коды JEL: G22, L13, L22

Введение

Актуальность изучения конкуренции на рынке страховых продуктов для населения обусловлена теми изменениями, которые произошли в экономике всех стран вследствие пандемии, что не могло не отразиться на рынке страхования. В каждой стране формально существует достаточно широкий рынок страховых продуктов для населения, но реальные возможности выбора для потребителей могут быть ограничены доминированием крупных страховых компаний по определенным видам продуктов.

В данной статье на примере российского рынка мы хотим оценить, насколько существует конкуренция предложений страховых продуктов, а также то, как она изменялась в рассматриваемый период на следующих четырех рынках: (1) страхование жизни, (2) страхование от несчастных случаев и болезней, (3) добровольное медицинское страхование и (4) пенсионное страхование.

Исследования конкуренции на рынках страховых продуктов для населения

Вопрос конкуренции на рынках страховых продуктов для населения уже изучали в разных аспектах.

- Исследователей интересуют особенности национальных страховых рынков. Например, в статье [Chen et al., 2021] анализируется влияние результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) на рыночную конкурентоспособность тайваньских фирм по страхованию жизни с использованием индекса Лернера (L). Результаты показывают, что НИОКР оказывает значительное отсроченное воздействие на рыночную конкурентоспособность, а взаимосвязь между НИОКР и рыночной конкурентоспособностью зависит от позиций рыночной конкурентоспособности (импульс роста НИОКР может длиться три года для группы с высокой рыночной конкурентоспособностью и только два года для группы с низкой рыночной конкурентоспособностью). Следовательно, фирмы по страхованию жизни с высокой рыночной конкурентоспособностью имеют более высокие темпы роста НИОКР, чем компании с низкой рыночной конкурентоспособностью.
- Интересным также представляется исследование [Arintoko et al., 2021], в котором анализируется страховой рынок Индонезии, а также влияние рыночной доли компании на показатели прибыльности (эффективность фирмы может способствовать увеличению прибыли, а не захвату доли рынка). Результаты анализа индонезийского страхового рынка на основе коэффициента концентрации четырех фирм ($CR_4 = 84,77\%$) и индекса Херфиндаля — Хиршмана ($HHI = 3374,19$) за 2014–2018 годы показали, что данный рынок обладает высоким уровнем концентрации.
- Большое внимание в последнее время уделяется влиянию пандемии COVID-19 на рынки страхования. Например, в работе [Rajnikanth, Doss, 2021] показано, что пандемия существенно повлияла на традиционный бизнес по страхованию жизни, в то время как значительно отразилась на рынке пенсионного страхования. В то же время в период пандемии значительно повысилась осведомленность клиентов о страховании, в результате чего вырос спрос на медицинские услуги, включая медицинское страхование и продукты срочного страхования.
- В России, согласно данным отчета Национального рейтингового агентства (март 2022 года), концентрация страхового рынка в 2022 году по сравнению с 2021 годом выросла. На долю крупнейших 100 компаний, вошедших в рейтинг, приходится 99,89% пре-

мий, на долю 50 крупнейших – 97,06%. В 2020 году эти доли составляли 99,68% и 96,45% соответственно. Рост концентрации идет за счет первых 20 компаний: их доля увеличилась с 84,86% до 86,46% [Национальное рейтинговое..., 2022]. По прогнозам авторов отчета, в 2022 году концентрация рынка будет и дальше усиливаться, а доля топ-50 страховщиков будет находиться в диапазоне 97,5%–98%. Также в 2021 году сохранилась тенденция снижения концентрации перестраховочного рынка: 10 крупнейших перестраховщиков собрали 86% премий по входящему перестрахованию (в 2020 году – 87%, в 2019 году – 88,5%). Доля тройки лидеров (Российская национальная перестраховочная компания (РНПК), Страховое общество газовой промышленности (СОГАЗ) и «Ингосстрах») сократилась с 57,8% в 2020 году до 49,1% в 2021 году.

- В работе [Волкова с соавт., 2021] показано, что для российского страхового рынка характерна тенденция сокращения числа его участников: 2005 год – 815 компаний, 2014 – 411, 2020 – 172, на начало 2021 года – 151 (в то время как на страховом рынке США, например, в 1989 году было около 6 тыс. компаний, а к 2020 году стало 11 тыс.). Но если посмотреть на приведенные авторами расчеты показателей концентрации (CR) и индексов Херфиндаля — Хиршмана (HHI), то сложно говорить о существенных изменениях конкурентной среды в России: показатель CR5 вырос с 0,419 в 2014 году до 0,446 в 2020 году, показатель CR10 увеличился с 0,590 в 2014 году до 0,653 в 2020 году, показатель HHI также демонстрирует рост с 484,79 до 574,4 [Волкова с соавт., 2021]. С точки зрения формулы индекса CR для таких изменений значений данных индексов достаточно, чтобы, например, одна компания из ведущей пятерки поглотила небольшого конкурента, в результате чего их рыночные доли консолидировались. Поэтому отнюдь не просто согласиться с выводами авторов, что данные «индексы CR позволяют сделать вывод о том, что страховой рынок РФ определенно движется из состояния монополистической конкуренции в состояние, близкое к олигополии».
- В работе [Цвилий-Букланова, 2020] отмечено, что консолидация российского страхового рынка может быть заметна при изучении объема премий, собранных разными по размеру страховыми компаниями. Приводятся данные, что у страховщиков, которые занимают в рейтингах позиции ниже 50-го места, темпы роста ниже среднерыночных, а у компаний «за пределами сотни лучших субъектов четвертый год подряд наблюдается отрицательная динамика премий». Также отмечается, что вступившие в силу с 01.01.2020 положения закона о поэтапном повышении минимального уровня уставного капитала приведут к тому, что небольшие страховые компании будут вынуждены присоединиться к более крупным игрокам страхового рынка [Федеральный закон, 2018].

К сожалению, в настоящий момент исследования конкуренции на российском страховом рынке достаточно сильно ограничены с точки зрения применяемого инструментария (в основном это оценка индексов CR и HHI), что не позволяет оценить возможности реального выбора страховых продуктов.

1 Рынок страхования жизни

Рынок продуктов для накопительного страхования жизни с точки зрения потребителя может восприниматься альтернативой банковским вкладам. Поэтому, чтобы не упускать потенциальные возможности продаж, все ведущие банки в рамках своих услуг активно предлагают и накопительное страхование жизни. В 2019 году доля полисов, проданных банками, составила 85% от общего объема [Махдиева, 2021].

Существенной частью рынка страхования жизни является страхование жизни заемщика. Как следствие, возникает прямая зависимость объема рынка страхования жизни от объема выданных кредитов, которые зависят от величины ключевой ставки, определяемой Центральным банком России [Шарифьянова, Хайрулина, 2016].

В работе [Дмитриев, 2020] приводятся интересные сравнительные данные по рынку страхования жизни в России и США. В России ННІ = 1683 и CR5 = 72,92, а в США эти показатели равны 30,1 и 181,99, что свидетельствует о значительно более низкой концентрации американского страхового рынка.

2 Рынок страхования от несчастных случаев и болезней

На рынок страхования от несчастных случаев и болезней также прямое воздействие оказывает спрос населения на кредиты [Банк России, 2018]. В 2020 году во время пандемии именно страхование от несчастных случаев и болезней (наряду с накопительным страхованием жизни и страхованием имущества юридических лиц) стало основным драйвером страхового рынка в России [Ингосстрах, 2021].

3 Рынок добровольного медицинского страхования (ДМС)

Фактически главный конкурент ДМС в России — обязательное медицинское страхование (ОМС), отчисления на которое идут независимо от воли работника из его реальной заработной платы и направляются в фонды ОМС. По мнению некоторых исследователей, во многих западных странах отсутствует или ограничена бесплатная медицинская помощь, а потому страховые продукты пользуются куда большим, чем в России, спросом, что порождает более активную конкуренцию за клиентов [Дмитриев, 2020].

Как следствие, в России основными покупателями ДМС являются юридические лица, которые приобретают их для своих сотрудников – 87,7% от объема рынка по итогам 2020 года [РБК, 2021]. Будет логично предположить, что представители компаний, отвечающих за закупки подобных услуг, при прочих равных будут более рациональны в выборе оптимальных вариантов, нежели среднестатистический потребитель. Пандемия 2020 года оказала наибольшее воздействие среди всех видов страховых услуг для населения именно на рынок ДМС, но если посмотреть на структуру этого рынка, основной спад пришелся на физических лиц, в то время как корпоративный сектор вырос на 7,2%. Снижение рынка ДМС в секторе физлиц произошло в том числе за счет сокращения туризма, уменьшения числа трудовых мигрантов¹ и, конечно, снижения дохода части потребителей [РБК, 2021].

¹ Требование об обязательном оформлении иностранными гражданами полиса добровольного медицинского страхования было введено с начала 2015 года в рамках вступления в силу Федерального закона № 409-ФЗ «О внесении в Трудовой кодекс Российской Федерации и статью 13 Федерального закона «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» изменений, связанных с особенностями регулирования труда работников, являющихся иностранными гражданами или лицами без гражданства». На начальном этапе формирования данного сегмента рынка было много проблем: подделки полисов, полисы без нормального страхового покрытия и т.п. Но после дополнительного указания ЦБ РФ № 3793-У от 30 мая 2016 г., определившего требования к страховым продуктам подобного типа, ситуация постепенно нормализовалась, хотя мигранты по-прежнему мало обращаются за услугами в рамках своих полисов [Григорьева, 2018].

4 Добровольное пенсионное страхование

Добровольное пенсионное страхование является наиболее эффективным в российской рыночной экономике, по мнению Г.Ф. Фатхлисламовой [Фатхлисламова, 2019]. На текущий момент размеры страховых премий по этому виду страхования чрезвычайно малы в отличие от развитых стран [Бахматов с соавт., 2019], что позволяет говорить об огромном потенциале этого рынка в Российской Федерации. В той же работе на основе расчета коэффициентов корреляции оценено, что чем выше объем выдаваемых кредитов, тем слабее динамика количества договоров добровольного пенсионного страхования. По мнению авторов, «такая ситуация вполне естественна, поскольку при наличии кредитных обязательств граждане в первую очередь направляют собственные ресурсы на их погашение, а не на долгосрочное инвестирование». Вероятно, негативным фактором спроса на добровольное пенсионное страхование является общая закредитованность российского населения.

В целом, большинство исследователей используют для анализа конкуренции на страховом рынке стандартные индексы (чаще всего CR и ННН, реке Лернер, НТ, индекс абсолютного уровня концентрации (АСИ), кривая Лоренца) и анализируют барьеры входа-выхода и институциональные преимущества игроков. При этом все говорят о наличии олигополии или монополистической конкуренции, но никто не анализирует уровень конкуренции между лидерами рынка, между которыми в первую очередь выбирает большинство потребителей. Интуитивно понятно, что если на рынке 100 компаний и у каждой по 1% рынка, то это с большой вероятностью говорит о широких возможностях выбора для потребителя. А если у одной из 100 компаний 95% рынка, то, скорее всего, говорить о реальном выборе не приходится. Рассмотрим этот вопрос подробнее с точки зрения потребителя.

При каком количестве предложений (или страховых компаний на рынке) можно говорить о наличии выбора для потребителя?

Как написано в [Цвиллий-Букланова, 2020], «именно конкуренция, «борьба за кошелек» страхователя породили множество страховых компаний и вместе с тем создали условия для их объединения, прежде всего с целью затруднить проникновение конкурентов (как действующих, так и зарождающихся) на собственный рынок и обеспечить единые правила страхования».

При этом нельзя игнорировать и тот факт, что поведение потребителя не всегда рационально. Например, в работе [Цыганов, Брызгалов, 2014] утверждается, что «поведение экономических субъектов на финансовых рынках [в т.ч. страховых услуг — прим. авторов] имеет признаки иррациональности, что связано с отсутствием устойчивых предпочтений, недостаточностью информации и информационной асимметрией, сильным влиянием на принятие решений рекомендаций и «стадного чувства» (вплоть до случаев панического бегства из вполне устойчивых банков, отказ от какой-либо валюты и т.п.)... Именно иррациональное поведение потребителя финансовых, в том числе страховых услуг, высокие транзакционные издержки потребителя по сбору и анализу информации закладывают институциональные основы для появления иных видов конкуренции на рынке страховых услуг». Для уменьшения подобных проявлений иррациональности проводятся программы повышения финансовой грамотности населения, которые в том числе помогают обосновать необходимость личного страхования [Дмитриев, Назарова, 2020].

Также важно, что одна и та же потребность человека может удовлетворяться страховыми продуктами разных типов. Например, популярная во многих российских регионах страховка от укуса клеща может реализовываться как в рамках полисов ДМС, так и страхованием от несчастных случаев и болезней [Цыганов, Брызгалов, 2014]. Как следствие, даже если заинтересованному в «антиклеще» потребителю не доступны различные варианты страховок от несчастных случаев, выбор может быть обеспечен за счет страховых продуктов других типов.

Основная цель данного исследования заключается в том, чтобы определить динамику уровня конкуренции предложений на рынках страховых продуктов в рассматриваемый период. В качестве рынков страховых продуктов для населения мы будем рассматривать рынки следующих страховых продуктов:

1. страхование жизни,
2. страхование от несчастных случаев и болезней,
3. добровольное медицинское страхование (обязательное медицинское страхование рассматривать нет смысла, так как там набор медицинских услуг не зависит от выбора страховой компании),
4. добровольное пенсионное страхование.

Методы исследования

Для анализа наличия выбора у потребителя мы проведем анализ конкуренции на каждом из рынков и рассмотрим, как она изменялась в 2018–2021 годах. В случае если в определенном сегменте страхового рынка низкая концентрация бизнеса и низкий уровень дифференциации между игроками, то мы будем считать, что рынок близок к свободной конкуренции и выбор у потребителя есть. В случае наличия на рынке групп доминирующих компаний или высокой концентрации бизнеса, мы будем более детально рассматривать характер и особенности этой конкуренции.

Соответственно, наш подход будет состоять из следующих шагов:

1. Сначала считаем по матрице SV (strength/variety) наличие и степень доминирования по каждому из рынков.
2. Потом считаем ННИ, чтобы проанализировать рынки, где автоматически не было выявлено доминирование [Bukvić et al., 2014].
 - a. Если доминирования нет и ННИ меньше 1000, то считаем, что рынок конкурентен и у потребителей есть выбор
 - b. В иных случаях для содержательного вывода требуется дополнительная информация о конкурентной ситуации на рынке для проведения экспертной оценки.
3. По всем рынкам смотрим наличие возможных институциональных преимуществ у лидеров, чтобы дополнительно оценить степень конкуренции [Блохин с соавт., 2019].

Использование матрицы SV [Шелокова, Вертоградов, 2021] для определения наличия выбора требует методологического обоснования. В соответствии с методологией матрицы количество компаний в доминирующей группе определяется по индексу Линда [Linda, 1976]. Далее по этой группе оцениваются уровень и характер доминирования по коэффициентам HTSV (Hall-Tideman Strength/Variety, модифицированный индекс Холла — Тайдмана, отражающий уровень дифференциации внутри доминирующей группы) и CRSV (Concentration Ratio Strength/Variety, совокупная доля рынка доминирующей группы).

Используемый в матрице индекс Линда предназначен для определения на анализируемом рынке наличия доминирующей группы (т.е. две и более компаний) и ее размера. В случае, когда доминирующая компания на рынке одна, индекс Линда ее «не видит». Поэтому мы будем выявлять подобные случаи с помощью индекса Херфиндала — Хиршмана (ННИ): если есть один лидер с высокой долей рынка, то ННИ покажет высокую концентрацию рынка, и мы его проанализируем отдельно. Как правило, во всех странах показатель менее 1000 считают показателем слабой концентрации рынков, а более 2000 (в США более 2500) — признаком высокой концентрации [Bukvić et al., 2014]. При использовании данного индекса важно помнить, что

он рассчитывается только на основании долей рынка рассматриваемых игроков, не учитывая другие параметры конкуренции (цена и др.), поэтому даже при высоких значениях ННІ может быть сильная ценовая конкуренция.

Подробнее про расчет коэффициентов можно посмотреть в [Щелокова, Вертоградов, 2021] или на специализированном портале www.svmatrix.online. В зависимости от значений HTSV и CRSV соответствующий рынок попадает в один из четырех квадрантов, см. рисунок 1.

		30% < CRSV < 65%	CRSV > 65%
		Низкая доля рынка доминирующей группы	Высокая доля рынка доминирующей группы
<p>HTSV > 0,1</p> <p>высокий уровень дифференциации внутри доминирующей группы</p>	<p>Квадрант I «Низкие или естественные барьеры»</p> <p>Есть один явный лидер внутри доминирующей группы, но на рынок постоянно приходят новые игроки, так как невозможно установить барьеры для их входа</p>	<p>Квадрант G «Доминирующая суперальфа»</p> <p>Есть один явный лидер внутри доминирующей группы, который определяет правила игры на этом рынке</p>	
	<p>HTSV < 0,1</p> <p>низкий уровень дифференциации внутри доминирующей группы</p>	<p>Квадрант RO – «Красный океан»</p> <p>Компании из доминирующей группы активно конкурируют как друг с другом, так и со всеми остальными компаниями на рынке</p>	<p>Квадрант B4 «Естественная олигополия»</p> <p>В доминирующую группу входят несколько сопоставимых по возможностям компаний, которые заинтересованы в недопущении в свой круг новых игроков</p>

Рисунок 1. Описание квадрантов матрицы SV. *Источник:* [Вертоградов с соавт., 2022].

Исходя из логики построения матрицы SV, если рынок находится в квадранте B4, то компании доминирующей группы стремятся защитить сложившееся олигополистическое равновесие, сохраняя имеющиеся и создавая дополнительные барьеры для входа новых компаний. В этой ситуации мы можем говорить о том, что выбор потребителя будет ограничен различными институциональными и рыночными преимуществами доминирующих компаний. Это может проявляться в том, что, например, для предоставления той или иной услуги компания может требовать предоставление страхового полиса от ограниченного круга компаний.

В квадранте RO выбор потребителя будет существенно шире, так как компании внутри доминирующей группы активно конкурируют не только с остальными компаниями, но и между собой, в связи с чем им довольно сложно объединиться, что благотворно влияет на возможности выбора потребителя.

Несколько более узкий выбор у потребителя в сегментах I и G, но для того, чтобы оценить наличие реального выбора, необходимо детально проанализировать количество игроков в доминирующей группе, а также долю рынка лидера. В случае если доля лидера составляет более 50% [ФАС России, 2017], то логично считать, что у потребителя выбор существенно ограничен, так как лидер с такой долей рынка может использовать свои рыночные преимущества для ограничения выбора потребителя и значительного влияния на рыночную ситуацию как напрямую, так и через посредников.

Дополнительно во многих случаях надо будет анализировать возможные институциональные преимущества лидеров рынка, так как если, например, основной массой покупателей одного из продуктов являются государственные компании, то, возможно, у страховых компаний с государственным участием могут быть преимущества перед остальными участниками рынка.

На основании данных РА Эксперт за 2018–2021 годы (<https://raexpert.ru/rankings/insurance/2021/>) мы проанализируем, как изменилась ситуация на рынке добровольного страхования во время пандемии COVID-19 с точки зрения общей динамики рынка и его отдельных сегментов, а также уровня доминирования и конкуренции на этих рынках (см. таблицу 1).

В целом, российский рынок добровольного страхования состоит из двух крупных сегментов: «Страхование жизни» и «Страхование, отличное от страхования жизни». С точки зрения целей данного исследования мы сосредоточимся на сегментах рынка, связанных с жизнью и здоровьем населения, а именно рассмотрим «Премии по страхованию жизни», «Премии по личному страхованию», не рассматривая такой вид страхования, как «Премии по имущественному страхованию».

Таблица 1. Основные показатели по страховым рынкам для населения – величина собранных страховых премий за 2021 год

Рынок	Объем рынка
1. Совокупный объем страховых премий (с учетом входящего перестрахования)	1 881 178
1.1 Совокупный объем премий по видам добровольного страхования (с учетом входящего перестрахования)	1 626 708
1.1.1 Премии по страхованию жизни	524 402
1.1.1.1 Премии по страхованию жизни (кроме пенсионного страхования)	522 232
1.1.1.1.2 Премии по страхованию жизни заемщика	136 084
1.1.1.2 Премии по пенсионному страхованию	2 170
1.1.2 Премии по страхованию, отличному от страхования жизни	1 102 306
1.1.2.1 Премии по личному страхованию	462 883
1.1.2.1.1 Премии по страхованию от несчастных случаев и болезней	262 568
1.1.2.1.2 Премии по медицинскому страхованию	200 317

Источник: <https://raexpert.ru/rankings/insurance/2021/>

Результаты

Ниже в таблице мы посчитали коэффициенты ННН, Линда, НТСВ, CRSV, определили соответствующий квадрант матрицы SV, а также справочно привели объем каждого рынка за 2018–2021 годы.

Таблица 2. Результаты расчетов за 2018–2021 гг.

Рынки страхования	Год	Линд=>	CRSV	НТСВ	КВ	ННН	V рынка (в млн руб.)
1. Совокупный объем страховых премий (с учетом входящего перестрахования)	2021	НЕТ	НЕТ	НЕТ	НЕТ	722	1 881 178
	2020	9	68%	0,036	B4	691	1 601 186
	2019	10	68%	0,032	B4	572	1 483 033
	2018	9	63%	0,035	RO	551	1 479 527

Рынки страхования	Год	Линд=>	CRSV	HTSV	KB	ННІ	У рынка (в млн руб.)
1.1 Совокупный объем премий по видам добровольного страхования (с учетом входящего перестрахования)	2021	10	71%	0,046	B4	753	1 626 708
	2020	10	70%	0,040	B4	727	1 352 779
	2019	2	26%	0,031	RO	600	1 245 336
	2018	3	35%	0,057	B4	597	1 227 498
1.1.1 Премии по страхованию жизни	2021	4	73%	0,09	B4	1 615	524 402
	2020	4	72%	0,060	B4	1 465	430 517
	2019	4	69%	0,153	G	1 743	409 374
	2018	9	86%	0,112	G	1 896	452 400
1.1.1.1 Премии по страхованию жизни (кроме пенсионного страхования)	2021	4	74%	0,09	B4	1 627	522 232
	2020	4	72%	0,060	B4	1 479	428 249
	2019	4	69%	0,153	G	1 759	407 257
	2018	9	86%	0,112	G	1 912	450 840
1.1.1.1.2 Премии по страхованию жизни заемщика	2021	2	68%	0,014	B4	2 683	136 084
	2020	2	74%	0,024	B4	2 958	94 548
	2019	2	73%	0,072	B4	2 870	91 491
	2018	3	87%	0,287	G	3 769	59 197
1.1.1.2 Премии по пенсионному страхованию	2021	5	95%	0,092	B4	2 264	2 170
	2020	3	77%	0,029	B4	2 158	2 268
	2019	3	80%	0,029	B4	2 287	2 114
	2018	2	65%	0,006	RO	2 458	1 560
1.1.2 Премии по страхованию, отличному от страхования жизни	2021	6	70%	0,092	B4	1 264	1 102 306
	2020	6	69%	0,086	B4	1 237	922 262
	2019	7	70%	0,043	B4	883	835 962
	2018	7	68%	0,049	B4	817	775 098
1.1.2.1 Премии по личному страхованию	2021	9	81%	0,14	G	2 178	462 883
	2020	1*	42%	1	I	2 005	380 639
	2019	2	42%	0,056	RO	1 109	368 021
	2018	7	68%	0,049	B4	817	321 378
1.1.2.1.1 Премии по страхованию от несчастных случаев и болезней	2021	1*	51%	1	I	2 779	262 568
	2020	10	83%	0,143	G	2 429	203 116
	2019	9	77%	0,111	G	1 458	187 366
	2018	1*	53%	1	I	2 287	169 556
1.1.2.1.2 Премии по медицинскому страхованию	2021	8	83%	0,099	B4	1 650	200 317
	2020	8	84%	0,099	B4	1 700	177 526
	2019	9	85%	0,085	B4	1 506	180 655
	2018	9	85%	0,086	B4	1 657	151 843

* в этих сегментах индекс Линда автоматически не распознает наличие доминирования (что связано со спецификой расчета индекса, подробнее см. [Щелокова, Вертоградов, 2021]):

- Премии по личному страхованию в 2020 году;
- Премии по страхованию от несчастных случаев и болезней в 2018 и 2021 годах.

ИСТОЧНИК: расчеты авторов

Поэтому размер доминирующей группы (как будем показано в тексте далее) был оценен экспертно, и далее рассчитаны CRSV, HTSV и соответствующий квадрант матрицы SV.

Таблица 3. Премии по личному страхованию, 2020 год

Место по итогам 2020 г.	Наименование компании	Город	Сумма полученных страховых премий за 2020 год, млн руб.	Доля рынка	Сумма страховых выплат за 2020 год, млн руб.	Уровень выплат
1	АО «СОГАЗ»	Москва	160 734	42,23%	51 823	32,20%
2	САО «РЕСО-Гарантия»	Москва	27 398	7,20%	15 801	57,70%
3	ПАО СК «Росгосстрах»	Люберцы	26 122	6,86%	6 404	24,50%
4	АО «АльфаСтрахование»	Москва	25 397	6,67%	13 480	53,10%
5	САО «ВСК»	Москва	19 758	5,19%	5 859	29,70%

Источник: <https://raexpert.ru/rankings/insurance/2020/>

Как видно из таблицы 3, АО «СОГАЗ» лидирует в данном виде страхования и занимает более 42% рынка, доли рынка остальных компаний значительно ниже (7,2 % у САО «РЕСО-Гарантия» и еще менее значимые показатели у остальных). Несмотря на то что индекс Линда автоматически не выявил доминирования в данном сегменте, по результатам экспертной оценки мы можем утверждать, что оно есть (в данном случае доминирующая группа представлена одной компанией). С точки зрения матрицы SV данная ситуация попадает в квадрант I (так как CRSV = 42,23%, а уровень дифференциации между компаниями (HTSV) равен 1).

Таблица 4. Премии по страхованию от несчастных случаев и болезней, 2018 год

Место по итогам 2018 г.	Наименование компании	Город	Сумма полученных страховых премий за 2018 год, млн руб.	Доля рынка	Сумма страховых выплат за 2018 год, млн руб.	Уровень выплат
1	ООО СК «ВТБ Страхование»	Москва	78 821,59	46,5%	2646,4	3,4%
2	САО «ВСК»	Москва	9 466,77	5,6%	1221,06	12,9%
3	АО «СОГАЗ»	Москва	7 512,17	4,4%	2967,16	39,5%
4	ООО СК «КАРДИФ»	Москва	6 246,66	3,7%	488,09	7,8%
5	АО «АльфаСтрахование»	Москва	6 217,34	3,7%	1051,09	16,9%

Источник: https://raexpert.ru/rankingtable/insurance/insurance_2018/1.1.2.1.1

Аналогичную ситуацию мы можем наблюдать и в сегменте страхования от несчастных случаев и болезней в 2018 году (см. таблицу 4). Явный лидер АО «СОГАЗ» с долей рынка более 52%, за которым с большим отрывом следуют остальные компании. Как и в предыдущем случае, этот сегмент можно отнести к квадранту I матрицы SV (CRSV = 52,84%, HTSV = 1).

Таблица 5. Премии по страхованию от несчастных случаев и болезней, 2021 год

Место по итогам 2021 г.	Наименование компании	Город	Сумма полученных страховых премий за 2021 год, млн руб.	Доля рынка	Сумма страховых выплат за 2021 год, млн руб.	Уровень выплат
1	АО «СОГАЗ»	Москва	134 027	51,05%	5 721	4,3%
2	ПАО СК «Росгосстрах»	Люберцы	22 005	8,38%	1 218	5,5%
3	АО «Тинькофф Страхование»	Москва	15 764	6,00%	343	2,2%
4	АО «АльфаСтрахование»	Москва	11 119	4,24%	2 915	26,2%
5	САО «ВСК»	Москва	10 585	4,03%	1 626	15,4%

Источник: <https://raexpert.ru/rankings/insurance/2021/>

В 2021 году ситуация по данному виду страхования напоминает 2018 год: АО «СОГАЗ» лидирует с долей рынка более 51%, а остальные компании следуют с большим отрывом. Как и в предыдущем случае, этот сегмент можно отнести к квадранту I матрицы SV (CRSV = 51,05%, HTSV = 1).

Обсуждение

Рассмотрим далее отдельно два сегмента: страхование жизни (1.1.1) и личное страхование (1.1.2.1).

Премии по страхованию жизни

Важно отметить, что так как премии по пенсионному страхованию занимают очень незначительную часть в сегменте «Страхование жизни» (около 0,4%, согласно таблице 2), то фактически ситуация в сегменте «Премии по страхованию жизни» совпадает с «Премии по страхованию жизни (кроме пенсионного страхования)», в связи с чем в данном разделе мы рассмотрим только три сегмента рынка:

1. Премии по страхованию жизни (кроме пенсионного страхования) (1.1.1.1)
2. Премии по страхованию жизни заемщика (1.1.1.1.2)
3. Премии по пенсионному страхованию (1.1.1.2).

В 2021 году треть прироста премий на страховом рынке пришлась на сегмент страхования жизни (94 из 290 млрд рублей). Согласно Национальному рейтинговому агентству, в 2021 году «основными факторами роста премий стали рекордный объем выдачи ипотечных и потребительских кредитов, а также низкие ставки по депозитам в сочетании с введением налогообложения процентных доходов по депозитам» [Национальное рейтинговое..., 2022].

На следующем рисунке представлена матрица SV, на которой приведены эти три сегмента страхового рынка.

Рассмотрим отдельно каждый из сегментов.

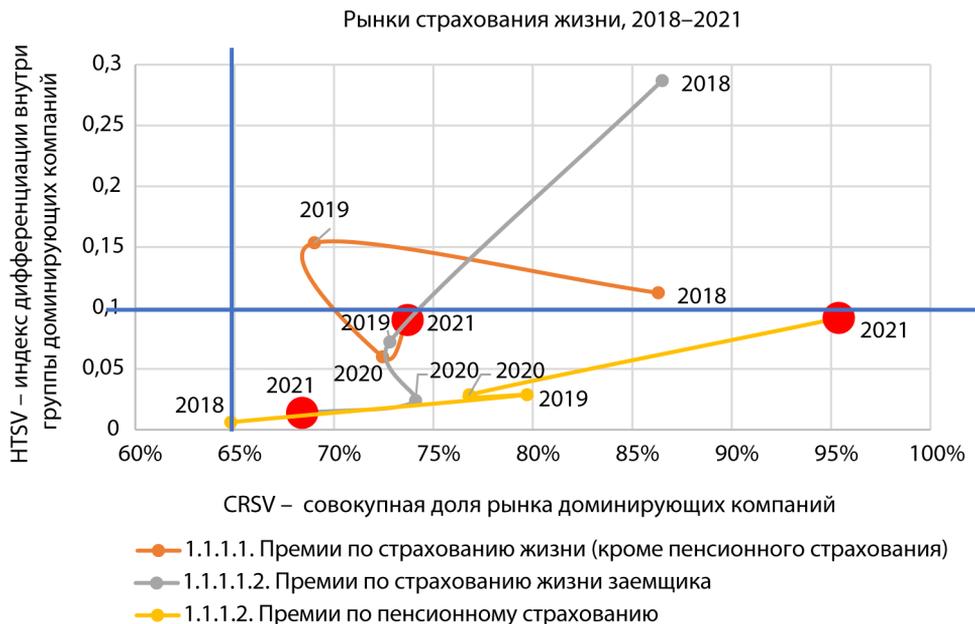


Рисунок 2. Матрица SV для рынков страхования жизни в России, 2018–2021 гг. *Источник:* составлено авторами на основании данных таблицы 2.

Премии по страхованию жизни (кроме пенсионного страхования)

Как видно по матрице SV (см. рис. 2), данный вид страхования очень динамичен: с 2018 по 2019 годы, оставаясь в сегменте G, доминирующая группа сократилась с девяти до четырех игроков, снизив совокупную долю рынка примерно на 20%. Далее эта группа из четырех компаний («Сбербанк страхование жизни», «АльфаСтрахование-Жизнь», «Страховая Компания СОГАЗ-ЖИЗНЬ»¹, «СК «Ренессанс Жизнь») постепенно наращивала консолидированную долю рынка с 69% до 74%, одновременно снижая уровень дифференциации между собой, что перевело рынок из сегмента G в B4.

Находящаяся на 5-й позиции в рейтинге в 2020 и 2021 годах компания «Росгосстрах Жизнь» отставала от занимающей четвертую позицию «Ренессанс Жизнь» более чем в два раза.

Согласно данным Национального рейтингового агентства, «после внедрения стандартов раскрытия информации банки — основные продавцы договоров страхования жизни — сместили интересы в сторону других продуктов, как страховых (например, накопительное страхование жизни (НСЖ)), так и не страховых. Проблема мисселинга стала менее острой, но до конца ее искоренить невозможно, что создает репутационные риски в этом сегменте. Также негативно на развитие сегмента влияют низкий уровень накопления в доходах населения, конкуренция со стороны других инвестиционных продуктов, в том числе и условия предоставления налоговых вычетов, а также невозможность упрощенной идентификации клиентов» [Национальное рейтинговое..., 2020].

¹ В 2018 году была представлена в рейтинге как АО «ВТБ Страхование жизни».

Премии по страхованию жизни заемщика

С 2018 по 2021 год данный сегмент рынка перешел из квадранта G в B4 (см. рис. 2), что означает значительное снижение уровня дифференциации доминирующих игроков (HTSV снизился почти в 20 раз с 0,287 в 2018 до 0,014 к 2021 году). Но при этом в доминирующей группе последние 3 года присутствует всего две компании: «Сбербанк страхование жизни» и «АльфаСтрахование-Жизнь», контролировавшие в разные годы 68-74% рынка. На третьем месте с большим отрывом идет «СК «Ренессанс Жизнь».

В данном случае мы можем говорить об отсутствии реального выбора у потребителя, так как две компании контролируют три четверти рынка.

Премии по пенсионному страхованию

В России по состоянию на 2019 год было 46,5 млн пенсионеров, 36,7 млн из них получали пенсию по старости [Туленты с соавт., 2021]. По мнению «Ассоциации страховщиков жизни», в Российской Федерации «пенсионное страхование – небольшой, но уверенно растущий сегмент страхования жизни. Его сборы пока составляют 0,5% рынка, зато за 2020 год они увеличились больше, чем на треть [Tadviser, 2020]. Это говорит о том, что люди все активнее заботятся о своем будущем, самостоятельно обеспечивая себе прибавку к государственным выплатам». С другой стороны, согласно отчету Банка России, «количество участников добровольной пенсионной системы сократилось в 2020 году. Это может объясняться снижением экономической активности и доходов населения. Вместе с тем в последнем квартале года количество участников выросло за счет активного привлечения клиентов двумя крупными негосударственными пенсионными фондами (НПФ)» [Банк России, 2020]. В данном случае мы наблюдаем снижение количества участников добровольной пенсионной системы, но стабильный рост по показателям сборов.

С точки зрения конкуренции на данном рынке, с 2018 по 2021 годы данный сегмент рынка перешел из квадранта RO в B4, что означает значительное увеличение доли доминирующих игроков (с 65% в 2018 до 95% в 2021 году). Следующие пять компаний («Совкомбанк Жизнь», «ППФ Страхование жизни», «Геополис», «Страховая компания «Ингосстрах-Жизнь», «Капитал Лайф Страхование Жизни») в 2021 году составляли доминирующую группу (см. таблицу 6).

Таблица 6. Состав доминирующей группы и доли рынка компаний на рынке пенсионного страхования, 2018–2021 годы

	2021	2020	2019	2018
Совкомбанк Жизнь (до 2021 МетЛайф) [Ведомости, 2020]	33,51% ▲	29,15% ▲	27,20%	32,80%
ППФ Страхование жизни	25,74% ▲	22,92%	23,00%	32,00%
Геополис	16,31% ▼	24,72% ▼	29,50% ▲	11,10%
Ингосстрах-Жизнь	10,89% ▲	10,48%	10,50%	14,00%
Капитал Лайф Страхование Жизни	8,95% ▲	6,25%	2,40%	1,80%
Ренессанс Жизнь	3,60% ▼	4,51%	5,50%	5,80%
Страховая Компания СОГАЗ-ЖИЗНЬ	0,84% ▼	1,52%	1,20%	1,50%

ИСТОЧНИК: составлено авторами на основе: <https://raexpert.ru/rankings/insurance/2021/>, <https://raexpert.ru/rankings/insurance/2020/>, https://raexpert.ru/rankings/insurance/insurance_2019/, https://raexpert.ru/rankings/insurance/insurance_2018/

Формально размер доминирующей группы постоянно увеличивается с 2018 года, что говорит о расширении выбора для потребителей, но в реальности по итогам 2021 года олигополия из пяти компаний контролировала 95% рынка. Это может привести к негативным последствиям, но, скорее всего, этого не произойдет, так как пенсионное страхование рассматривается покупателями наравне с негосударственными пенсионными фондами, предложения которых расширяют возможности выбора [Совкомблог, 2022].

Обращает внимание низкая доля компании «СОГАЗ-Жизнь», которая входит в группу компаний СОГАЗ, но, вероятно, это вызвано слишком маленьким объемом рынка пенсионного страхования по сравнению с остальными.

Рынок личного страхования

Рынок личного страхования демонстрировал значительные изменения в рассматриваемый период, последовательно пройдя все четыре сегмента за 4 года, хотя все сегменты данного рынка, как показано на рисунке 3, имеют тенденцию к монополизации и переходу в квадрант G.

Это вызвано тем, что первая по размеру компания в 2018 году («ВТБ Страхование» с долей рынка 17,3%) была продана страховой группе «СОГАЗ». В периметр сделки вошли все компании группы «ВТБ Страхование», включая «ВТБ Страхование жизни» и «ВТБ Медицинское Страхование» [СОГАЗ, 2018].

Появление на этом рынке сильного лидера перевело рынок из слабо дифференцированной олигополии в 2018 году в сильно дифференцированную в 2021 году. Доминирующая группа из девяти компаний смогла сформироваться в 2021 году, так как компании, начиная с десятой в рейтинге («Согласие»), стали терять свои доли (см. таблицу 7), отрываясь от компаний первого эшелона.



Рисунок 3. Матрица SV для рынков личного страхования в России, 2018–2021 гг. *Источник:* составлено авторами

Таблица 7. Доли рынка личного страхования, 2018–2021 годы

		2021	2020	2019	2018
1	СОГАЗ	44,33%	42,23%	23,40%	14,90%
2	Росгосстрах	7,11%	6,86%	6,60%	5,30%
3	РЕСО-Гарантия	7,07%	7,20%	6,80%	8,00%
4	АльфаСтрахование	6,78%	6,67%	5,80%	8,50%
5	ВСК	4,39%	5,19%	5,30%	7,30%
6	Ингосстрах	3,75%	3,61%	3,80%	6,60%
7	Тинькофф Страхование	3,41%	3,17%	2,70%	1,20%
8	Альянс Жизнь	2,28%	2,51%	2,20%	3,00%
9	Ренессанс Страхование	2,24%	2,24%	2,30%	3,00%
10	Согласие	1,18% ▼	1,30%	1,50%	1,20%
11	КАРДИФ	1,16% ▼	2,22%	2,90%	2,00%
12	РСХБ-Страхование	0,92% ▼	1,02%	0,90%	0,70%
13	Совкомбанк Страхование	0,90% ▼	1,30%	нет	нет
14	ВТБ-Страхование	0,90%	2,05%	18,90%	17,30%
15	Сбербанк Страхование	0,88%	0,50%	0,30%	1,10%
	Линдт (ядро рынка)	9	1	2	7
	Квадрант	G	I	RO	B4

ИСТОЧНИК: составлено авторами на основе: <https://raexpert.ru/rankings/insurance/2021/>, <https://raexpert.ru/rankings/insurance/2020/>, https://raexpert.ru/rankings/insurance/insurance_2019/, https://raexpert.ru/rankings/insurance/insurance_2018/

Если компании доминирующей группы удержатся вместе, то можно ожидать постепенное снижение дифференциации между компаниями и эволюцию рынка в сегмент B4. В любом случае можно говорить о формальном наличии достаточно широкого выбора для потребителей, но наличие лидера с долей рынка почти в 45% также позволяет сформировать гипотезы, что на части сегментов данного рынка СОГАЗ может иметь сильные конкурентные преимущества перед остальными компаниями, возможно, опираясь и на институциональные преимущества.

Рынок страхования от несчастных случаев и болезней

Это рынок настолько своеобразен, что применение аппарата матрицы SV потребовало в двух периодах ручной корректировки (см. таблицу 8). 2021 и 2018 годы были экспертно отнесены в сегмент I, в 2020 и 2019 годах индекс Линда диагностировал наличие больших по численности (9 и 10 компаний) доминирующих групп с сильнейшей дифференциацией.

Детальный анализ показывает, что если, например, сравнить 2020 и 2021 годы по долям рынка, то кроме продолжения перевода бизнеса из «ВТБ-Страхования» в СОГАЗ [СОГАЗ, 2018] никаких существенных изменений не произошло. Индекс Линда справедливо показывает отсутствие доминирующей группы в 2021 году, так как доли компаний стали убывать более равномерно, но это никак не меняет ситуацию с конкуренцией на рынке. Фактически СОГАЗ является монополистом на данном рынке с долей в 51%, что, вероятно, вызвано его институциональными рычагами.

Таблица 8. Доля рынка компаний по страхованию от несчастных случаев, 2018–2021 годы

Компания		2021	2020	2019	2018
1	СОГАЗ	51,05%	47,45%	13,80%	4,40%
2	Росгосстрах	8,38%	6,86%	2,50%	1,80%
3	Тинькофф Страхование	6,00%	5,94%	5,30%	2,50%
4	АльфаСтрахование	4,24%	5,22%	3,20%	3,70%
5	ВСК	4,03%	4,15%	6,50%	5,60%
6	РЕСО-Гарантия	3,33%	3,55%	4,00%	2,50%
7	Ингосстрах	2,09%	2,03%	1,70%	1,20%
8	КАРДИФ	2,04%	4,15%	5,70%	3,70%
9	РСХБ-Страхование	1,47%	1,73%	1,60%	1,50%
10	Уралсиб-Страхование	1,19%	0,90%	1,10%	1,20%
11	Капитал Лайф Страхование Жизни	1,03%	1,18%	1,50%	2,00%
12	Югория	1,01%	0,96%	n/a	0,50%
13	Сбербанк Страхование	1,01%	0,54%	3,00%	0,00%
14	Ренессанс Страхование	0,88%	0,99%	0,80%	0,60%
15	ВТБ-Страхование	0,79%	2,48%	33,20%	46,50%
	Линдт (ядро рынка)	нет	10	9	нет
	Квадрант	I	G	G	I

ИСТОЧНИК: составлено авторами на основе: <https://raexpert.ru/rankings/insurance/2021/>, <https://raexpert.ru/rankings/insurance/2020/>, https://raexpert.ru/rankings/insurance/insurance_2019/, https://raexpert.ru/rankings/insurance/insurance_2018/

С другой стороны, выбор разнообразных продуктов на рынке более чем присутствует. И на вторую половину рынка претендуют десятки крупных страховых компаний.

Рынок [добровольного] медицинского страхования

Это был самый стабильный рынок в рассматриваемый период. Доля рынка доминирующей группы колебалась от 83% до 85%, рынок стабильно находился в квадранте В4 – естественной олигополии. И хотя около трети рынка всегда занимал СОГАЗ, было еще семь или восемь компаний в доминирующей группе, что позволяет говорить о наличии у потребителей достаточного выбора продуктов ДМС. Состав компаний был стабилен (см. таблицу 9), а уменьшение числа компаний произошло только за счет поглощения СОГАЗом бизнеса ВТБ-Страхования.

Интересно, что все четыре года лидером второго эшелона, который шел в рейтингах после доминирующей группы, была компания «Согласие». Также вызывает интерес постоянный рост доли «РЕСО-Гарантия» и резкий спад Росгосстраха за исследуемый период.

Если сравнить 2019 год с 2021 годом, то из таблицы 9 видно, что все компании доминирующей группы (кроме Росгосстраха и Ингосстраха) нарастили свои доли, хотя за это время многие клиенты отказались от полисов ДМС, а около 10% страховых компаний ушли с рынка ДМС [Работодатели сэкономили..., 2021].

Таблица 9. Состав доминирующей группы на рынке медицинского страхования и доли рынка входящих в него компаний, 2018–2021 годы

	2021	2020	2019	2018
СОГАЗ	35,53%	36,25%	33,30%	36,4%
РЕСО-Гарантия	11,98% ▲	11,38% ▲	9,70% ▲	9,4%
АльфаСтрахование	10,11%	10,06%	8,5%	9,2%
Ингосстрах	5,92% ▲	5,42%	6,00%	6,2%
Росгосстрах	5,45% ▼	6,87% ▼	10,90% ▲	4,3%
Альянс Жизнь	5,17%	5,29%	4,4%	5,1%
ВСК	4,86%	5,16%	4,0%	4,3%
Ренессанс Страхование	4,01%	3,68%	3,8%	4,2%
Согласие	1,82%	1,99%	2,0%	1,7%
ВТБ-Страхование			4,1%	5,6%

ИСТОЧНИК: составлено авторами на основе: <https://raexpert.ru/rankings/insurance/2021/>, <https://raexpert.ru/rankings/insurance/2020/>, https://raexpert.ru/rankings/insurance/insurance_2019/, https://raexpert.ru/rankings/insurance/insurance_2018/

Заключение

Страховой рынок РФ в период с 2018 по 2021 годы является довольно разнообразным с точки зрения доминирования. Большая часть страховых продуктов для населения относится к квадранту В4, который характеризуется естественной олигополией, но ситуация с доминирующей группой по рассмотренным видам страхования значительно отличается, так как количество доминирующих игроков варьирует от 2 до 10, что значительно влияет на реальный выбор потребителя.

Выводы:

1. Отдельно стоит обратить внимание на то, что среди рассмотренных рынков вообще не встречается рынков с низкой концентрацией и без доминирующей группы или доминирующего лидера, что сильно отличает российский рынок от рынков других стран.
2. Дифференциация внутри доминирующих групп в большинстве рассмотренных видов страхования с 2018 по 2021 годы снижалась, что может говорить о выравнивании институциональных преимуществ игроков во время пандемии.
3. На рынке ДМС выбор достаточно велик, а наличие большой доминирующей группы из восьми компаний позволяет говорить о формировании компаний двух эшелонов. Верхний эшелон формирует стандарты качества и доминирует по цене, остальные компании могут конкурировать с лидерами за счет нишевых предложений и ценовых факторов.
4. Рынок пенсионного страхования является одним из примеров значительного сокращения выбора потребителя: в 2018 году он характеризовался относительно слабой доминирующей группой, а к 2021 году уже сформировалась слабо дифференцированная олигополия из пяти компаний, контролирующая 95% рынка.
5. Появление игроков с рыночными и институциональными возможностями уровня СОГАЗа позволяет внести значительные изменения в структуру рынка, как это и произошло, например, на рынке личного страхования, где СОГАЗ поглотил крупнейшего игрока и перевел рынок из олигополии семи компаний в фактическое доминирование одной.

Литература

- Бахматов С.А., Бородавко Л.С., Семенова Е.В. (2019) Развитие добровольного пенсионного страхования в Российской Федерации // Известия Байкальского государственного университета: 29(2): 244-52. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-dobrovolnogo-pensionnogo-strahovaniya-v-rossiyskoy-federatsii>
- Блохин А.А., Ломакин-Румянцев И.В., Наумов С.А. (2019) Альфа-бизнес на российском продовольственном рынке // Экономические стратегии: (6): 68-77. <https://doi.org/10.33917/es-6.164.2019.68-77>
- Вертоградов В.А., Шелокова С.В., Спектор С.В. (2022) Конкуренция и доминирование на страховом рынке России // Страховое дело: (4): 9-21. URL: <http://ankil.info/lib/1/336/2755/>
- Волкова Е.М., Рахимов О.О., Шматова Т.С., Виноградов Е.А. (2021) Анализ страхового рынка в Российской Федерации и тенденции его трансформации. Бюллетень результатов научных исследований: (3): 126-36. <https://doi.org/10.20295/2223-9987-2021-3-126-136>
- Григорьева К.С. (2018) Добровольное медицинское страхование иностранных трудовых мигрантов в России // Социологическая наука и социальная практика: 6(3): 152-64. <https://doi.org/10.19181/snsp.2018.6.3.6008>
- Дмитриев А.С. (2020) Структурные особенности западного и российского рынка страхования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика: 28(4): 787-96. <https://doi.org/10.22363/2313-2329-2020-28-4-787-796>
- Дмитриев А.С., Назарова А.А. (2020) Тенденции развития страхового рынка в России: институциональный аспект // Вестник Института экономики Российской академии наук: (1): 159-168. <https://doi.org/10.24411/2073-6487-2020-10009>
- Махдиева Ю.М. (2021) Современные тенденции и приоритеты развития страхования жизни // Индустриальная экономика: 10(5): 988-93. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-i-prioritety-razvitiya-strahovaniya-zhizni>
- Туленты Д.С., Ермолаева А.С., Раба П.Г. (2021) Пенсионное страхование в России: современное состояние и возможности трансформации // Финансы: теория и практика: 25(3): 102-26. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2021-25-3-102-126>
- Фатхлисламова Г.Ф. (2019) Сравнительный анализ развития накопительной компоненты пенсионной системы и негосударственного пенсионного страхования России // Экономическое развитие России: 26(7): 65-75. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnyy-analiz-razvitiya-nakopitelnoi-komponenty-pensionnoi-sistemy-i-negosudarstvennogo-pensionnogo-strahovaniya-rossii>
- Цвилий-Букланова А.А. (2020) Современное состояние и перспективы развития рынка страхования в контексте антимонопольного регулирования // Российское конкурентное право и экономика: 2(22): 64-71. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-rynka-strahovaniya-v-kontekste-antimonopolnogo-regulirovaniya>
- Цыганов А.А., Брызгалов Д.В. (2014) Новые формы конкуренции на страховом рынке России // Финансовый журнал: 3(21): 141-49. URL: https://www.finjournal-nifi.ru/images/FILES/Journal/Archive/2014/3/15_3_2014.pdf
- Шарифьянова З.Ф., Хайрулина Л.А. (2016) Страхование жизни и страхование от несчастных случаев: проблемы и сравнительный анализ // Инновационная наука: (3-1): 259-62. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strahovanie-zhizni-i-strahovanie-ot-neschastnyh-sluchaev-problemy-i-sravnitelnyy-analiz>
- Шелокова С.В., Вертоградов В.А. (2021) Матрица SV: инструмент стратегического конкурентного анализа для оценки уровня доминирования // Вестник Московского Университета. Серия 6. Экономика: (6): 137-42. <https://doi.org/10.38050/0130010520216.7>

- Arintoko, Ahmad A.A., Habibah S.N. (2021) Market Structure and Determinants of Firm Profitability on General Insurance Industry in Indonesia // *Studies in Business and Economics*: 16(1): 26-41. <https://doi.org/10.2478/sbe-2021-0003>
- Bukvić R.M., Pavlović R.Z., Gajić A.M. (2014) Possibilities of Application of the Index Concentration of Linda in Small Economy: Example of Serbian Food Industries // *Annals of the University of Oradea. Fascicle of Management and Technological Engineering*: (3): 159-64. <http://dx.doi.org/10.15660/AUOFMTE.2014-3.3070>
- Chen G.-C., Hsiung L.-Y., Lai H.-J. (2021) A Dynamic Analysis on Research and Development Performance and Market Competitiveness of the Taiwanese Life Insurance Industry // *Journal of Insurance Issues*: 44(2): 45-64. URL: <https://www.jstor.org/stable/27032416>
- Linda R. (1976) Methodology of concentration analysis applied to the study of industries and Markets. Brussels: Commission of the European Communities. URL: <https://aei.pitt.edu/33888/1/A597.pdf>
- Rajnikanth R., Doss S. (2021) Impact of COVID-19 Pandemic on the Life Insurance Industry // *Bimaquest*: 21(2): 65-85. URL: <http://www.bimaquest.niapune.org.in/index.php/bimaquest/article/view/103>

Другие источники информации

- Банк России (2018) Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков. Информационно-аналитический материал, № 4. URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/24024/review_insure_18Q4.pdf
- Банк России (2020) Обзор ключевых показателей негосударственных пенсионных фондов. Информационно-аналитический материал, № 4. URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/32250/review_npf_20Q4.pdf
- Ведомости (2020) Совкомбанк покупает российскую «дочку» MetLife. 03 декабря. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2020/12/02/849281-sovkombank-pokupaet>
- Ингосстрах (2021) Годовой отчет СПАО «Ингосстрах» за 2020 год. URL: https://www.ingos.ru/Upload/info/disclosure_info/year_report/igs-annual-report-2020_rus.pdf
- Национальное рейтинговое агентство (2020) Страховой рынок России в 2019 году. Аналитический обзор. URL: https://www.ra-national.ru/sites/default/files/Insurance_Russia_2019_Report_26032020_0.pdf
- Национальное рейтинговое агентство (2022) Страховой рынок-2021: взлет перед падением? Аналитический обзор. URL: https://www.ra-national.ru/sites/default/files/analytic_article/Research_Insurance_2021_2022_0.pdf
- Работодатели сэкономили на добровольном медстраховании (2021) Газета.ru, 16 марта. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2021/03/16/13513532.shtml>
- РБК (2021) В 2020 г. объем премий по договорам ДМС в России сократился на 2% и составил 177 млрд руб. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/13153/>
- Совкомблог (2022) Накопительная и страховая пенсии в России. URL: https://sovcombank.ru/blog/sberezheniya/nakopitelnaya-i-strahovaya-pensii-v-rossii#h_612091717201631191724213
- СОГАЗ (2018) СОГАЗ и ВТБ закрыли сделку по объединению страхового бизнеса. URL: <https://www.sogaz.ru/sogaz/pressroom/aboutus/827654/>
- ФАС России (2017) Разъяснение Президиума ФАС России от 07.06.2017 N 8 «О применении положений статьи 10 Закона о защите конкуренции» (утв. протоколом Президиума ФАС России от 07.06.2017 N 11). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_218552/56cbdeff9c0bff912c083b8a670245cfaaacb52c/

Федеральный закон (2018) О внесении изменений в Закон Российской Федерации «Об организации страхового дела в Российской Федерации» № 251-ФЗ от 29 июля 2018 г. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_303534/

Tadviser (2020) Пенсионное страхование в России. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Пенсионное_страхование_в_России#cite_note-1

Сведения об авторах

- Щелокова Светлана Викторовна — кандидат экономических наук, доцент экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 119991, Россия. Email: shcholokova@gmail.com
- Владимир Александрович Вертоградов — руководитель учебно-научной лаборатории «Проект МАХ» экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 119991, Россия. Email: v@svmatrix.online