

Доц. д-р Диана Иванова - главен секретар на Фондация „Проф. д-р В. Гаврийски“
Бакалавър Северина Вълчанова - математик

НОВИТЕ УСЛОВИЯ НАЛАГАТ НОВИ МЕТОДИ ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ НА ЗАСТРАХОВАТЕЛНИЯ ПАЗАР

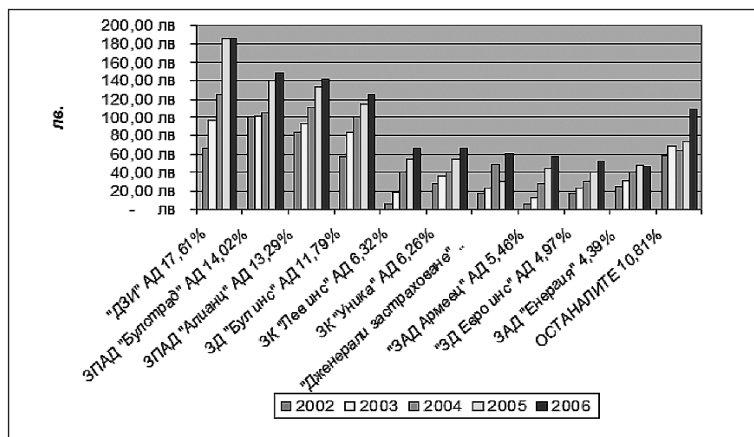
ЗНАЧИМОСТ НА ПРОБЛЕМА

Ролята на българския застрахователен пазар (ЗП) все повече се осмисля и оценява от нуждаещите се от застрахователна защита индивидуални и бизнес клиенти.

След влизането в сила на Закона за застраховане през 2002 г. ЗП се променя изключително динамично. В сравнение с развитите страни той все още е със скромни възможности, но постепенно се създават сериозни предпоставки за неговото разширяване, атрактивност и привличане интереса на потребителите.

Следващата графика илюстрира динамиката в развитието на застрахователния пазар, както и промяната в неговата структура за периода 2002-2006 г.

Динамика на развитие на застрахователния пазар



Положителните изменения, свързани с мястото на застраховането в българската икономика и значението му за нейното развитие, показват, че са направени първите успешни стъпки по дългия път към достигане на европейските стандарти в този сектор. Макроикономическата среда, протичащите в нея процеси, скорошното ни присъединяване към Европейския съюз (ЕС) също оказват влияние върху формирането на застрахователния пазар и повишаването на информираността, интереса и културата на потребителите по отношение на застраховането. Това неизбежно се отразява и върху развитието на застрахователните компании (ЗК) и регистрираните обеми на премиен приход.

В краткия период на членство в ЕС българските застрахователни дружества са изправени пред предизвикателството да работят в условията на силно конкурентна среда. Това поставя нови изисквания пред застрахователната им дейност. Прилагането на гъвкави маркетингови стратегии е предпоставка за запазване и засилване на пазарните позиции на застрахователните дружества.

Изграждането, актуализирането и практическото прилагане на адекватна маркетинговата политика на конкретно застрахователно дружество е динамичен процес, който изисква вземане на творчески управленски решения спрямо реалните социалноикономически условия в страната и изискванията на пазара. И тъй като управлението е информационен процес, от изключително значение са събирането, систематизирането, анализът и интерпретацията на маркетингова информация.

МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ НА ЗП

Маркетингови проучвания в застраховането се правят периодично от 1992 г. насам от различни маркетингови агенции или специализирани екипи с цел информационно обслужване на застрахователните компании и институции. Те в общи линии си приличат, но същевременно са несъпоставими поради използването на различни методики, различна представителност и време на провеждане. Общи изследователски проблеми за повечето

проучвания са: доверие и популярност на застрахователните компании; предпочитания на потребителите за ползване на продуктите на един или друг застраховател; структура на пазара и пазарни дялове на отделните ЗК; нагласи, намерения и мотивации за застраховане; реклама и въздействие на различните рекламносители като фактор за потребителски избор.

В практиката на извършените маркетингови проучвания на ЗП обаче не се откроява проучване с цялостен характер, което да включва широк кръг от проблеми, свързани с пазара и факторите, които имат определящо влияние за неговото развитие.

През 2002 г. е проведено сериозно маркетингово изследване върху 15 лицензирани застрахователни компании, което има широкообхватна изследователска програма и представителност за застрахователния сектор в страната. (Иванова Д., И. Иванов, *Застрахователният пазар - организация, проучване, управление, С., 2004*)

Първичните данни в това изследване са получени по метода на стандартизирано интервю чрез анкетна карта, адресирана към представители на мениджмънта на съответните ЗК, а вторичните - от налични информационни бази данни в областта на застраховането, събирани по линия на системата на държавната статистика и на ведомствената статистическа отчетност. Проблемните области, в които е извършено проучването, са:

1. Анализ на структурата на заетите по трудов договор и пол.
2. Съотношение на brutния премиен приход (БПП), получен от корпоративни и индивидуални клиенти.
3. Най-често използвани финансови инструменти за инвестиране на застрахователните резерви.
4. Съотношение на застрахователните плащания спрямо БПП, наречено ефективност или квота на щетимост.
5. Оценка на маркетинговата стратегия по отношение на успеха и насоката на развитие.
6. Брой и вид на въведените нови продукти.
7. Действителен и желан начин на предлагане на застрахователните продукти.



Доц. д-р Диана Иванова



Северина Вълчанова

8. Оценка на агентската мрежа.
9. Влияние на прераспределението на пазара, чуждите инвеститори, застрахователния надзор върху пазарната стратегия на застрахователните дружества.
10. Прогноза за развитието на ЗП в краткосрочен и средносрочен план.

Такова маркетингово проучване позволява не само да се характеризира конюнктурата на пазара, пазарните дялове на отделните ЗК, финансовите им резултати, но и да се покажат използваните маркетингови стратегии и тактики на съответните компании.

Като цяло маркетинговите проучвания за разглеждания период имат по-скоро социологичен характер. Статистическите методи се използват при определяне на извадка и доказване на представителността на данните.

В друго проучване на ЗП, реализирано от **Иво Груев** - заместник изпълнителен директор на ЗПАД „Булстрад“, и публикувано във в. „Презастрахователна информация“, бр. 1/2007 г., се използват статистически методи за целите на икономическия анализ. С помощта на корелационния анализ между brutния премиен приход (БПП) на застрахователите и brutния вътрешен продукт (БВП) авторът показва, че нарастването на стопанската активност на „нововъзникващите“ пазари от типа на тези в Централна и Източна Европа (ЦИЕ) е пряко обвързано с повишението в застрахователните обеми.

КОРЕЛАЦИЯ МЕЖДУ ОСНОВНИ ИКОНОМИЧЕСКИ И ЗАСТРАХОВАТЕЛНИ ПОКАЗАТЕЛИ

Въз основа на направения преглед се роди идеята за един позадълбочен и подробен анализ на основни макроикономически фактори, определящи динамиката на развитието на ЗП, със статистико-математически методи. Тя бе разработена като дипломан проект на **Северина Вълчанова** в Технически университет - София, Факултет „Приложна

математика и информатика“. Консултант на дипломната работа е доц. д-р **Диана Иванова**, главен секретар на фондация „Проф. д-р В. Гаврийски“.

Докато **Иво Груев** изследва единствено зависимостта между нарастването на БВП и БПП, в статистическия анализ, предмет на дипломната работа, е оценяване на връзката и степента на обвързаност между 15 избрани икономически

показатели, имащи отношение към застрахователния бранш и БПП на застрахователите. Също така с помощта на специалист в изследваната област се формулират съответните изводи и прогнози за бъдещо развитие на пазара. Прилагането на многомерния регресионен, корелационен и факторен анализ от математическата статистика предоставя реална възможност за безпристрастно и обективно сравняване, коментар и интерпретация на данните. Основна задача в изследването е набавянето на богата и разнообразна информация, която събираят статистическите служби, органите на застрахователния надзор, самите застрахователни компании. Информацията е почерпана посредством одобрени от Националния статистически институт и Министерството на финансите отчетни формуляри за статистически наблюдения на дейността на ЗК за периода 1997 - 2006 г. На основа на събраните данни се осъществява съответното проучване, като преди това тяхната обработка се извършва в стандартна статистическа програма.

За мястото и ролята на статистиката по отношение на застраховането, за връзките между тях и за необходимостта от тяхното взаимно изследователство по застраховане, но особено конкретен е един от пионерите в застрахователната наука у нас - проф. **Иван Кацаров**, който още през 1956 г. в своя труд „Застрахователна статистика“ пише следното: „Не е преувеличено, ако се каже, че истинската история на застраховането и конкретно на личното застраховане започва, откогато по пътя на статистическо наблюдение и обработване на събраните данни е добита представа и оценка на застрахователните рискове. Без статистически основи няма добре поставена застрахователна работа. Без статистика застрахователят ще изгражда и води предприятието си през опасни подводни скали, каквито в застрахователната работа се срещат твърде много. Колкото едно застрахователно предприятие си служи с повече и

по-съвременна статистика, толкова работата му е по-съвършена, операциите му са по-устойчиви и то изпълнява функциите си по-сполучливо.“

Според доц. д-р **Т. Тодоров** от Катедра „Статистика и математика“ в СА „Д. А. Ценов“ - Свищов, застраховането и статистиката са сфери, които са много тясно свързани помежду си, взаимодействат си в процеса на своето самостоятелно функциониране. Действително това са две обособени дейности, всяка от които има свой собствен предмет, обект и метод на наблюдение и управление. Все пак статистиката и застраховането „са обречени да не могат един без друг“, те са толкова силно генетично обвързани, че е невъзможно да се елиминират техните връзки. (Застраховане и статистика: брак по сметка, в. „Застраховател“, 2005)

Авторът сочи, че „за нуждите на икономико-статистическия анализ на дейността на ЗП е необходимо да се „усъвършенства“ системата от икономически показатели, характеризиращи застрахователната сфера. Така ще се постигне желаната унификация и съпоставимост на показателите, характеризиращи застрахователната дейност, с което ще се повиши в значителна степен качеството на анализа и практическите ефекти от неговото използване за целите на управлението.“

В настоящото, първо по рода си статистическо проучване на ЗП, се представя принципно нова интегрирана система от показатели, определяща процесите и явленията, наблюдавани в икономиката и застраховането в България, техните взаимовръзки и зависимости. Това са показателите: brutен вътрешен продукт по елементи на крайното потребление в млн. лв. (БВП), реален ръст на БВП на годишна база в % (ПРИРАСТ), brutна добавена стойност по икономически сектори в млн. лв. (БДС), инфлация в края на годината в % (ИНФЛ.), брой заети в края на годината (ЗАЕТИ), брой безработни (БЕЗРАБ.), средномесечна работна заплата на наетите лица по трудово и служебно правоотношение за страната в лв. (СР. М. РЗ), основен лихвен процент (ОЛП), текуща сметка (ТС) и финансова сметка (ФС) в млн. лв. от платежния баланс на страната, чуждестранни инвестиции в млн. евро (ЧИ), общ годишен доход на лице от едно домакинство в лв. (ОГД), общ годишен разход (ОГР), депозити на населението в млн. лв. (ДЕПОЗИТИ), Салдо - FOB от външната търговия на страната (FOB). Динамиката на изброените показатели за 10-годишен период е видна от следващите таблици:

(Следва)

	1997 - 2006								1997 - 2006							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	БВП	ПРИРАСТ	БДС	ИНФЛ.	ЗАЕТИ	БЕЗРАБ.	СР.М.РЗ	ОЛП	ТС	ФС	ЧИ	ОГД	ОГР	ДЕПОЗИТИ	FOB	БПП_у
1997	17432554	-7	15578269	578,6	3030,1	534,1	127,9	6,65	1842	385,7	570,2	964	789	2229,9	380,4	165330159
1998	22421142	3,5	20051789	1	2920,7	556,1	183,3	5,08	-54,2	84,2	605,1	1523	1265	2419,3	-315,6	232809718
1999	23790440	2,4	21205271	6,2	2811	576,9	201	4,46	-1147,8	1397,6	866	1587	1373	2903,4	-1064	310730280
2000	26752833	5,4	23696665	11,4	2735,5	536,7	224,5	4,63	-1489,1	1757,1	1103,3	1664	1450	3580,1	-1175,6	387647575
2001	29709210	4	26355597	4,8	2628,2	636,5	240	4,65	-1672,5	1476,7	903,4	1672	1492	5032,1	-1580,5	478187840
2002	32401613	4,5	28106954	3,8	2704,4	544,2	257,6	3,31	-787,2	3604,4	980	2085	1710	5795,5	-1594,5	615502969
2003	34627545	5	29604494	5,6	2825,6	411,4	273,3	2,83	-1901,7	4547,5	1850,5	2244	1853	6852,6	-2478	666399746
2004	38822636	6,6	32437092	4	2911,9	391	292	2,37	-2556,1	4488,4	2735,9	2466	2068	8752,7	-3328,6	834296482
2005	42797407	6,2	35220410	6,5	2982,3	328,5	323,8	2,05	-5128	6963	3103,3	2579	2250	11302,8	-5404,9	1069201770
2006	49090605	6,1	39971518	6,5	3159,6	288,4	354,5	3,26	-7780,2	10552,2	4104	2851	2580	13790	-10336,4	1253502675

Източник: КФН, БНБ, НСИ