

11. Arbatskaya E. A. Strategy as a tool of enterprise competitiveness management. *Business. Education. Law*, 2018, no. 4, pp. 93–96. (In Russ.). DOI: 10.25683/VOLBI.2018.45.402.

Как цитировать статью: Фадеева Н. В. Управление маркетинговыми коммуникациями: формирование комплекса и интеграционные императивы // Бизнес. Образование. Право. 2019. № 2 (47). С. 200–205. DOI: 10.25683/VOLBI.2019.47.226.

For citation: Fadeeva N. V. Management of marketing communications: the formation of the complex and integration imperatives. *Business. Education. Law*, 2019, no. 2, pp. 200–205. DOI: 10.25683/VOLBI.2019.47.226.

УДК 369.03
ББК 65.271.11

DOI: 10.25683/VOLBI.2019.47.229

Khitrova Elena Mikhailovna,
candidate of economics,
associate professor of the Department of Finance
and Financial Institutions,
Baikal State University,
Irkutsk,
e-mail: kotpro95@mail.ru

Хитрова Елена Михайловна,
канд. экон. наук,
доцент кафедры финансов
и финансовых институтов,
Байкальский государственный университет,
г. Иркутск,
e-mail: kotpro95@mail.ru

Popova Elizaveta Sergeevna,
post-graduate student, training program «Economics»,
Baikal State University,
Irkutsk,
e-mail: v15554545b@yandex.ru

Попова Елизавета Сергеевна,
аспирант направления подготовки «Экономика»,
Байкальский государственный университет,
г. Иркутск,
e-mail: v15554545b@yandex.ru

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

COMPETITIVENESS ASSESSMENT OF INSURANCE COMPANIES

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством

08.00.05 – Economics and management of national economy

В статье рассматриваются вопросы оценки конкурентоспособности страховых компаний. Оценка конкурентоспособности позволяет повысить качество управления и обеспечить страховщикам достижение целей, стоящих на различных этапах их жизненного цикла. В статье рассмотрены различные методы, адаптированные для оценки конкурентоспособности страховых организаций. Авторами проведена многоаспектная оценка конкурентоспособности страховых организаций с использованием двух подходов: матричных методов (матрица БКГ), основанных на оценке конкурентоспособности страхового продукта через показатель объема продаж, который, в свою очередь, свидетельствует о потребительских предпочтениях, и комплексного подхода, в соответствии с которым конкурентоспособность предприятия определяется как интегральная величина по отношению к текущей конкурентоспособности и конкурентному потенциалу. Использование разных подходов к оценке конкурентоспособности обусловлено решением стратегических или тактических задач, стоящих перед компанией. Выбор в качестве объектов исследования трех крупнейших компаний, входящих в ТОП-10 российского страхового рынка, позволил как провести сравнительный анализ отдельных показателей, влияющих на конкурентоспособность, так и рассчитать комплексное интегральное значение конкурентоспособности страховой организации, формирование которого осуществляется по принципу «максимального расстояния». Полученные результаты позволяют страховым организациям вырабатывать управленческие решения, обеспечивающие

их развитие в конкурентной среде. В результате проведенной оценки выбранными методами наиболее конкурентоспособной является компания «Ингосстрах».

The article examines the assessment of competitiveness of insurance companies. Evaluation of competitiveness allows improving the quality of management and ensuring that insurers achieve their goals at various stages of their life cycle. The article discusses various methods adapted to assess the competitiveness of insurance organizations. The authors carried out a multidimensional assessment of the competitiveness of insurance organizations using two approaches: matrix methods (BCG matrix), based on an assessment of the competitiveness of the insurance product through an indicator of sales, which, in turn, indicates consumer preferences and complex approach, in accordance with which the competitiveness of an enterprise is defined as an integral value in relation to the current competitiveness and competitive potential. The use of different approaches to assessing competitiveness is determined by the solution of strategic or tactical tasks facing the company. The choice of research objects of the three largest companies in the TOP-10 of the Russian insurance market allowed us to conduct a comparative analysis of both individual indicators affecting competitiveness and calculate the integrated integral value of the competitiveness of an insurance organization, which is formed according to the principle “maximum distance”. The obtained results allow insurance organizations to develop management decisions that ensure their development in a competitive environment. As a result of the valuation carried out by selected methods, Ingosstrakh is the most competitive company.

Ключевые слова: страхование, конкуренция, страховая организация, конкурентоспособность страховой организации, конкурентная среда, страховой рынок, оценка конкурентоспособности, методы оценки конкурентоспособности, матрица БКГ, интегральный показатель конкурентоспособности.

Keywords: insurance, competition, insurance organization, insurance organization competitiveness, competitive environment, insurance market, competitiveness assessment, competitiveness assessment methods, BCG matrix, integral competitiveness indicator.

Введение

Целью страховой организации, как и любой коммерческой организации, является сохранение и расширение своей позиции на рынке при ориентации на максимизацию прибыли, главным средством достижения которой выступает обеспечение своей финансовой устойчивости и конкурентоспособности [1]. Страховая деятельность имеет специфические особенности, которые необходимо учитывать при проведении оценки конкурентоспособности страховых организаций [2].

Актуальность темы обусловлена тем, что использование различных подходов для оценки конкурентоспособности страховой организации позволяет рассмотреть это явление многоаспектно и повысить уровень конкурентоспособности компании посредством оказания воздействия на конкретные показатели, ее формирующие.

Целью данного исследования является комплексная многоаспектная оценка конкурентоспособности страховых организаций с использованием различных подходов.

Цель определила решение следующих **задач**:

- рассмотреть различные методические подходы к оценке конкурентоспособности страховых организаций;
- провести многоаспектную оценку конкурентоспособности страховых организаций с использованием различных методических подходов.

Изучению конкурентоспособности страховых организаций посвящены труды отечественных ученых, таких как С. Б. Авдашева, Ю. Т. Ахвледиани, Ю. В. Грызенкова, И. Н. Жук, М. Г. Жигас. Однако данные исследования посвящены рассмотрению конкурентоспособности и недостаточно отражают конкретные механизмы ее обеспечения. В связи с этим авторы считают необходимым адаптацию механизмов оценки

конкурентоспособности к деятельности страховых организаций.

Теоретической значимостью работы является анализ различных методов оценки конкурентоспособности и их адаптация для страховых организаций.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов в практике деятельности страховых организаций для оценки собственной конкурентоспособности.

Научная новизна исследования состоит в получении комплексной оценки конкурентоспособности страховой организации.

Основная часть

Страхование имеет ряд специфических особенностей, которые обусловлены спецификой страховой деятельности и страховой услуги, которую необходимо учитывать при оценке конкурентоспособности страховых компаний: значительный срок жизни страхового продукта; неотделимость страховой услуги от страховщика; существенное регулирование страхового бизнеса государством и его регламентация; существенная зависимость продаж страховых продуктов от макроэкономического окружения; менталитет населения в области страхования [3]. В целях исследования под конкурентоспособностью страховой организации будем понимать ее способность сохранять свои коммерческие свойства в условиях меняющейся внешней среды, а именно как поддержание показателей деятельности организации в состоянии устойчивости, обеспечивающей создание качественных услуг с приемлемой ценой и разнообразием их видов [4]. Такими стратегическими показателями могут быть доля рынка, платежеспособность компании, объем действующей филиальной сети, объем функционирующей агентской сети, темпы роста сборов страховых премий, убыточность страховых операций и пр. Конкретный набор целевых показателей зависит от миссии, заявленной компанией, и стоящими перед ней стратегическими задачами.

Методология исследования. Оценка конкурентоспособности организации ставит своей целью объективный анализ конкурентных преимуществ организации по сравнению с организациями-конкурентами для принятия управленческих решений с целью ее повышения [5]. При этом методология оценки конкурентоспособности, применяемая в страховом бизнесе, должна отвечать следующим требованиям (рис. 1).

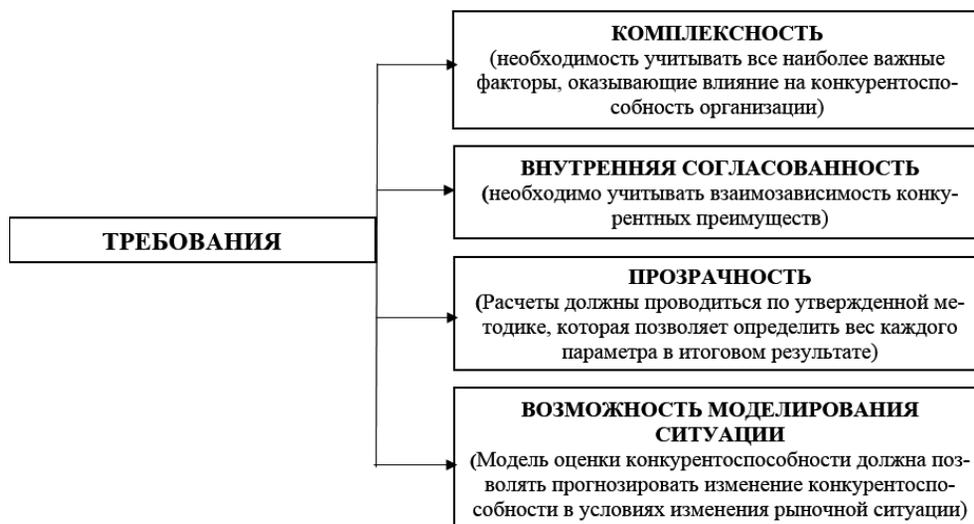


Рис. 1. Требования к оценке конкурентоспособности страховой организации

Источник: составлено авторами по данным [6].

Методы оценки конкурентоспособности можно разделить на несколько групп, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Методы оценки конкурентоспособности организации

Методы оценки конкурентоспособности продуктов	Характеристика методов
Метод оценки конкурентоспособности организации по доле рынка	Метод основан на косвенном измерении конкурентоспособности по объемам продаж. Делается предположение, что объем продаж конкурентных товаров свидетельствует о потребительских предпочтениях и поэтому может служить критерием конкурентоспособности
Матричные методы: — матрица БКГ; — матрица Портера; — матрица «Привлекательность рынка / конкурентоспособность» (модель GE/Mc Kinsey); — матрица «Привлекательность отрасли / конкурентоспособность» (модель Shell/DPM); — матрица «Стадия развития рынка / конкурентная позиция» (модель Hofer/Schendel).	Сущность оценивания состоит в анализе матрицы, построенной по принципу системы координат: по горизонтали — темпы роста (сокращения) объема продаж; по вертикали — относительная доля предприятия на рынке. Наиболее конкурентоспособными считаются те предприятия, которые занимают значительную долю на быстрорастущем рынке
Методы, основанные на оценивании конкурентоспособности товара или услуги предприятия	Группа методов базируется на суждении о том, что конкурентоспособность предприятия тем выше, чем выше конкурентоспособность его товара (услуги). Для определения конкурентоспособности товара используются различные маркетинговые и квалиметрические методы, в основе большинства которых лежит нахождение соотношения «цена — качество». Расчет показателя конкурентоспособности по каждому виду продукции ведется с использованием экономического и параметрического индексов конкурентоспособности
Методы, основанные на теории эффективной конкуренции	Согласно этому подходу наиболее конкурентоспособными являются те фирмы, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб. На эффективность деятельности каждой из служб оказывает влияние множество факторов — ресурсов предприятия. Оценка эффективности работы каждого из подразделений предполагает оценку эффективности использования им этих ресурсов. Каждая из сформулированных в ходе предварительного анализа способностей предприятия по достижению конкурентных преимуществ оценивается экспертами с точки зрения имеющихся ресурсов
Комплексные методы	В основе подхода лежит утверждение, в соответствии с которым конкурентоспособность предприятия есть интегральная величина по отношению к текущей конкурентоспособности и конкурентному потенциалу.

Источник: составлено авторами по данным [7].

Для получения наиболее достоверного результата требуется проведение комплексной оценки конкурентоспособности при помощи методик, относящихся к нескольким группам [8].

ТОП-10 компаний (табл. 2) собирают на страховом рынке 65,31 % страховых премий. На долю остальных компаний приходится 34,69 % страховых премий [9]. Данный фактор говорит о существенной концентрации страхового рынка России [10].

Таблица 2

Топ-10 крупнейших страховых компаний Российской Федерации, 2017 г.

Компания	Поступления, млн руб.	Доля рынка, %
СОГАЗ	158 075,4	12,36
«Сбербанк Страхование Жизни»	102 075,0	7,98
«РЕСО-Гарантия»	89 328,5	6,99
«ВТБ Страхование»	79 773,8	6,24
«Ингосстрах»	79 014	6,18
«Росгосстрах»	78 842	6,17
«АльфаСтрахование»	72 522,8	5,67
ВСК	65 723,8	5,14
«Росгосстрах-Жизнь»	57 277,6	4,48
«АльфаСтрахование-Жизнь»	52 465,4	4,1
Остальные компании	443 743,9	34,69
Итого по рынку	1 278 842,6	100,00

Источник: составлено авторами по данным [11].

В качестве объектов были выбраны страховые организации «Ингосстрах», «Росгосстрах» и «АльфаСтрахование». Данные страховые организации подлежат сравнению, так как их бренды хорошо узнаваемы у потребителей и доля на рынке по объему премий приблизительно одинакова.

Оценку конкурентоспособности анализируемых страховых организаций будем осуществлять с использованием матричных методов (матрица БКГ) и рейтинговой оценки конкурентоспособности (комплексный метод).

Результаты. Для построения VCG-матриц исходную информацию представим в табл. 3 (см. на стр. 208).

Таблица 3

Исходные данные для построения BCG-матрицы

Вид страхования	«Ингосстрах»		«Росгосстрах»		«АльфаСтрахование»	
	Темп прироста 2017/2016 гг., %	Доля рынка, 2017 г. %	Темп прироста 2017/2016 гг., %	Доля рынка, 2017 г. %	Темп прироста 2017/2016 гг., %	Доля рынка, 2017 г. %
Всего	-8,79	6,18	-35,96	6,17	15,54	5,67
Страхование от несчастных случаев и болезней	22,4	1,3	-63,64	1,66	2,78	5,15
ДМС	10,15	6,08	-25,03	4,31	33,86	8,6
КАСКО	-8,89	16,22	-24,47	10,69	12,64	9,39
Страхование грузов	6,55	7,67	-31,38	2	55,42	3,38
Сельскохозяйственное страхование	21,63	1,05	-97,4	2,41	-57,1	11,14
Добровольное страхование ответственности владельцев автотранспортных средств	-6,65	12,35	-14,57	9,25	1,51	13,23
Добровольное страхование ответственности организаций, эксплуатирующих опасные объекты	28,14	8,6	-14,87	1,8	-17,23	3,57
Страхование ответственности производителей за качество	19,6	12,52	-19,97	0,88	-11,41	2,36
Страхование ответственности за причинение вреда третьим лицам	-27,88	9,04	-44,83	9,46	6,43	8,07
Страхование договорной ответственности	-14,22	0,12	-70,55	0,17	6,84	0,11
Страхование предпринимательских рисков	29,87	1,48	-11,13	2,29	-21,17	10,98
Страхование финансовых рисков	113,11	3,62	262,34	0,23	25,43	16,75
ОСАГО	-21,55	9,96	-43,74	13,97	33,87	8,11

Источник: рассчитано авторами по данным [12; 13; 14].

На основе данных табл. 3 последовательно построим BCG-матрицу для рассматриваемых страховых организаций (рис. 2, 3, 4).



Рис. 2. Матрица BCG для страховой организации СПАО «Ингосстрах»

Источник: составлено авторами по данным: [12].

Рис. 2 свидетельствует, что большинство страховых продуктов страховой организации «Ингосстрах» имеют высокую долю рынка. Три вида страхования относятся к группе «звезды», эти продукты являются высококонкурентоспособными (занимают высокую долю рынка и имеют высокие темпы

роста). В отношении данных продуктов компании целесообразно продолжать имеющуюся политику для поддержания конкурентных преимуществ. К группе «дойные коровы» относится значительное количество видов страхования, такие продукты будут приносить прибыль в ближайшем будущем,

несмотря на то, что увеличение относительной доли этого товара на рынке вряд ли возможно. Такая ситуация обычно складывается на рынке, который или уже стал стабильным, или находится в состоянии стагнации. От компании требуется только поддерживать существующее положение и стимулировать потребителей к повторным покупкам этого товара. Наиболее подходящая стратегия — «снятия сливок». К группе

«дикие кошки» также относится достаточное большое количество страховых продуктов. Для перевода этих видов страхования в категорию «звезд» необходимы усилия для увеличения относительной доли компании на рынке страхования. К группе «собаки» относится всего один вид страхования — страхование договорной ответственности, однако он занимает слабые позиции на рынке и имеет низкие темпы роста рынка.



Рис. 3. Матрица BCG для страховой организации ПАО СК «Росгосстрах»

Источник: составлено авторами по данным [13].

Большая часть страховых продуктов организации ПАО СК «Росгосстрах» относится к группе «собаки». Данный страховщик устойчиво собирает небольшую долю премий по основным массовым видам, что в целом позволяет ему обеспечить их значительный объем. Тем не менее низкие темпы прироста не дают возможности формирования устойчивого страхового портфеля, поэтому страховой организации необходимо сконцентрироваться на увеличении продаж данных продуктов и предпринять попытки к переводу их в другие группы.

Характерно, что данный страховщик не имеет ни одного продукта, относящегося к категории «звезд», то есть у него отсутствует так называемый драйвер развития. Несмотря на присутствие группы «дойные коровы», ее наполнение обеспечивается высокоубыточными продуктами. Учитывая, что их доля в портфеле достаточно высока, можно свидетельствовать о высококорисковом портфеле компании, способном принести ей убытки с весьма высокой вероятностью. Ситуация с ОСАГО в ПАО «РГС» является тому подтверждением.



Рис. 4. Матрица BCG для страховой организации ОАО «АльфаСтрахование»

Источник: составлено автором по данным [14].

Анализ рис. 4 (см. на стр. 209) показывает, что страховая компания «АльфаСтрахование» имеет наибольшее число видов страхования, относящихся к группе «звезды», по сравнению с другими анализируемыми компаниями. Это свидетельствует о весьма агрессивной политике, проводимой компанией на рынке, по тем видам, которые представляют эту группу.

Таким образом, у сравниваемых компаний, занимающих на рынке примерно одинаковые позиции и яв-

ляющихся в целом конкурентоспособными, достижение показателей в рейтинге происходит по-разному. На взгляд авторов, наиболее высокую оценку конкурентоспособности выбранным методом можно дать СК «Ингосстрах».

Для оценки конкурентоспособности страховых компаний методом рейтинговой оценки используем показатели, представленные в табл. 4.

Таблица 4

Исходные данные для рейтинговой оценки страховых организаций

Страховая организация	Страховые премии	Стоимость активов	Рентабельность страховой деятельности	Уровень собственного капитала	Размер страховых резервов
«АльфаСтрахование»	72 522 759	83 740 307	0,177	0,203	57 918 924
«Ингосстрах»	79 014 022	148 326 184	0,232	0,402	70 600 096
«Росгосстрах»	78 841 965	143 189 707	-0,269	0,251	85 134 021

Источник: рассчитано авторами по данным [12; 13; 14].

Значения анализируемых показателей стандартизуем в соответствии с их максимальным значением, принятым за эталон (табл. 5).

$$t_{ij} = x_{ij} / x_j^{\max}, \tag{1}$$

где t_{ij} — стандартизированные показатели анализируемой страховой компании;

x_{ij} — значение j -го показателя i -й страховой компании;

x_j^{\max} — максимальное значение j -го показателя.

Таблица 5

Стандартизированные значения показателей рейтинговой оценки страховых организаций

Страховая организация	Страховые премии	Стоимость активов	Рентабельность страховой деятельности	Уровень собственного капитала	Размер страховых резервов
«АльфаСтрахование»	0,918	0,565	0,766	0,504	0,680
«Ингосстрах»	1,000	1,000	1,000	1,000	0,829
«Росгосстрах»	0,998	0,965	-1,161	0,624	1,000

Источник: рассчитано авторами по данным [12; 13; 14].

Для получения интегрального критерия и расчета рейтингового числа воспользуемся методом вычисления расстояний [15]. Если за идеальное принять фактически достигнутое в конкурентной борьбе значение показателя у наиболее удачливого конкурента, то значение интегрального критерия можно рассчитать по формуле:

$$R_i = \sqrt{\sum_{j=1}^n (1 - t_{ij})^2}. \tag{2}$$

Таким образом, получаем следующие значения интегрального критерия для анализируемых компаний (табл. 6).

Таблица 6

Интегральный критерий рейтинговой оценки анализируемых страховых компаний

Страховая организация	Показатель
«Ингосстрах»	0,17072
«АльфаСтрахование»	0,77379
«Росгосстрах»	2,19339

Таким образом, получаем рейтинговые числа для исследуемых страховых компаний, предварительно проанализировав их от минимального к максимальному значению.

Чем меньше рейтинговое число, тем ближе компания к «идеальному» состоянию. Таким образом, в соответствии с рейтинговой оценкой наибольшей конкурентоспособностью обладает страховая организация СПАО «Ингосстрах».

Выводы и заключение

Методы, которые были использованы для оценки конкурентоспособности, можно сгруппировать в несколько групп: матричные методы, методы, основанные на оценивании конкурентоспособности товара или услуги предприятия, комплексные методы, включающие в интегральный показатель ряд значений. Полученные результаты свидетельствуют, что метод оценки конкурентоспособности страховой организации существенно влияет на оценку. Прежде всего это происходит за счет показателей, используемых в той или иной методике оценки. Поэтому, на наш взгляд, можно утверждать, что чем комплекснее оценка, тем более высокую значимость будут иметь полученные результаты в целом. Вместе с тем в ряде случаев необходимо оказывать управленческое воздействие на отдельные показатели, тогда оценка конкурентоспособности с их использованием может послужить приемом при принятии локальных тактических решений.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Кузнецова Н. В. К вопросу об удовлетворенности страховыми услугами и формировании спроса на страхование // Экономика и предпринимательство. 2018. № 3 (92). С. 779–783.
2. Степанова М. Н. Роль и место страхования в системе обеспечения национальной безопасности страны // Евразийский интеграционный проект: цивилизационная идентичность и глобальное позиционирование : материалы Международного Байкальского форума. 2018. С. 206–211.
3. Колесникова Т. В. Взаимосвязь финансовой устойчивости и конкурентоспособности страховой организации // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). 2015. Т. 6. № 3. С. 10–20. DOI: 10.17150/2072-0904.2015.6(3).10.
4. Емадаков Р. Ю. Экономическая конкуренция и конкурентоспособность предприятия: теоретико-методологический анализ. Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. 208 с.
5. Винокурова М. В. Конкурентоспособность региона: понятие и факторы развития // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). 2013. № 3. С. 9–15.
6. Лазаренко А. А. Методы оценки конкурентоспособности // Молодой ученый. 2014. № 1. С. 374–377.
7. Философова Т. Г., Быков В. А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность : учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Юнити-Дана, 2015. 295 с.
8. Жигас М. Г., Подобулкина С. А. Система показателей комплексной оценки конкурентоспособности страховой организации // Известия Уральского государственного экономического университета. 2008. № 3 (22). С. 62–67.
9. Банк России: офиц. сайт. URL: <http://www.cbr.ru/finmarkets/>
10. Одинокова Т. Д. Оптимизация затрат страховой компании в современных условиях: обзор и оценка эффективности // Страховое дело. 2015. № 8 (269). С. 3–11.
11. «Страхование сегодня» — Интернет-портал: офиц. сайт. URL: <http://www.insur-info.ru>
12. Консолидированная финансовая отчетность СПАО «Ингосстрах». URL: <https://www.ingos.ru/>
13. Консолидированная финансовая отчетность ПАО СК «Росгосстрах». URL: <https://www.rgs.ru/>
14. Консолидированная финансовая отчетность ОАО «АльфаСтрахование». URL: <https://www.alfastrah.ru/>
16. Николаева Н. А. Конкурентные преимущества страховых услуг // Вектор науки ТГУ. 2015. № 1. С. 170–173.

REFERENCES

1. Kuznetsova N. V. On the issue of satisfaction with insurance services and the formation of demand for insurance. *Economics and entrepreneurship*, 2018, no. 3, pp. 779–783. (In Russ.).
2. Stepanova M. N. The role and place of insurance in the system of ensuring the national security of the country. *The Eurasian Integration Project: Civilization Identity and Global Positioning*. Materials of the International Baikal Forum, 2018, pp. 206–211. (In Russ.).
3. Kolesnikova T. V. Interrelation of financial stability and competitiveness of an insurance organization. *Baikal Research Journal*, 2015, 6 (3), pp. 10–20. (In Russ.). DOI: 10.17150/2072-0904.2015.6(3).10.
4. Emadakov R. Yu. Economic competition and competitiveness of an enterprise: theoretical and methodological analysis. Yoshkar-Ola, Perm State Technical University, 2017. 208 p. (In Russ.).
5. Vinokurova M. V. Competitiveness of the region: the concept and factors of development. *News of the Irkutsk State Economic Academy (Baikal State University of Economics and Law)*, 2013, no. 3, pp. 9–15. (In Russ.).
6. Lazarenko A. A. Methods for assessing competitiveness. *Young scientist*, 2014, no. 1, pp. 374–377. (In Russ.).
7. Filosofova T. G., Bykov V. A. Competition. Innovation. Competitiveness. 2nd ed. Moscow, Unity-Dana Publ., 2015. 295 p. (In Russ.).
8. Zhigas M. G., Podublkina S. A. The system of indicators for the integrated assessment of the competitiveness of an insurance organization. *News of the Ural State Economic University*, 2008, no. 3, pp. 62–67. (In Russ.).
9. Bank of Russia. Official site. (In Russ.). URL: <http://www.cbr.ru/finmarkets/>
10. Odiokova T. D. Cost optimization of an insurance company under current conditions: review and performance evaluation. *Insurance*, 2015, no. 8, pp. 3–11. (In Russ.).
11. Insurance today. (In Russ.). URL: <http://www.insur-info.ru>
12. Consolidated financial statements of Ingosstrakh. (In Russ.). URL: <https://www.ingos.ru/>
13. Consolidated financial statements of “Rosgosstrakh”. (In Russ.). URL: <https://www.rgs.ru/>
14. Consolidated financial statements of AlfaStrakhovanie. URL: <https://www.alfastrah.ru/>
15. Nikolaeva N. A. Competitive advantages of insurance services. *Vector of Science at TSU*, 2015, no. 1, pp. 170–173. (In Russ.).

Как цитировать статью: Хитрова Е. М., Попова Е. С. Оценка конкурентоспособности страховых организаций // Бизнес. Образование. Право. 2019. № 2 (47). С. 205–211. DOI: 10.25683/VOLBI.2019.47.229.

For citation: Khitrova E. M., Popova E. S. Competitiveness assessment of insurance companies. *Business. Education. Law*, 2019, no. 2, pp. 205–211. DOI: 10.25683/VOLBI.2019.47.229.