

УДК 368

DOI [10.17150/2072-0904.2015.6\(3\).10](https://doi.org/10.17150/2072-0904.2015.6(3).10)

2015. Т. 6, № 3

Т. В. Колесникова

*Байкальский государственный университет экономики и права,
г. Иркутск, Российская Федерация*

ВЗАИМОСВЯЗЬ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. Вопрос о финансовой устойчивости страховой организации занимает важнейшее место в деятельности страховщика. Гарантии обеспечения финансовой устойчивости в России установлены законодательством. Однако без эффективного учета факторов внутренней и внешней среды быть финансово-устойчивой компанией достаточно сложно. Каждый фактор финансовой устойчивости компании должен тщательно изучаться руководителем. Так, один из важнейших внутренних факторов финансовой устойчивости страховщика — конкурентоспособность компании. Обеспечить финансовую устойчивость возможно за счет повышения конкурентоспособности страховой организации. Создавая конкурентоспособную страховую организацию, необходимо определять соответствие компании признакам конкурентоспособности и выявлять собственные конкурентные преимущества. Стратегия формирования устойчивой и привлекательной страховой организации требует тщательной проработки вопроса о взаимосвязи финансовой устойчивости и конкурентоспособности. Данный вопрос весьма актуален как в условиях стабильной экономики, так и в кризис.

Ключевые слова. Страховая организация; страховая деятельность; финансовая устойчивость; теория конкуренции; конкурентоспособность.

Информация о статье. Дата поступления 25 февраля 2015 г.; дата принятия к печати 6 апреля 2015 г.; дата онлайн-размещения 5 мая 2015 г.

T. V. Kolesnikova

*Baikal State University of Economics and Law,
Irkutsk, Russian Federation*

INTERRELATION OF FINANCIAL SOLVENCY AND COMPETITIVENESS OF THE INSURANCE COMPANY

Abstract. The issue of the insurance company financial solvency company takes the most important place in the insurer's activity. The guarantees of financial solvency provision in Russia are established by the legislation. However, without effective consideration of internal and external environmental factors it is rather complicated to be a financially solvent company. Each factor of the company's financial solvency should be carefully investigated by its head. So one of the major internal factors of insurer's financial solvency is the company's competitiveness. To provide financial solvency can be made possible through increasing the competitiveness of the insurance company. While creating a competitive insurance company, it is necessary to determine the conformity of the company to competitiveness attributes and to identify its own competitive advantages. The strategy of forming a stable steady and attractive insurance company demands careful working out of the issue of interrelation of financial solvency and competitiveness. This issue is still rather topical both in terms of stable economy and in crisis.

Keywords. Insurance company; insurance activity; financial solvency; competition theory; competitiveness.

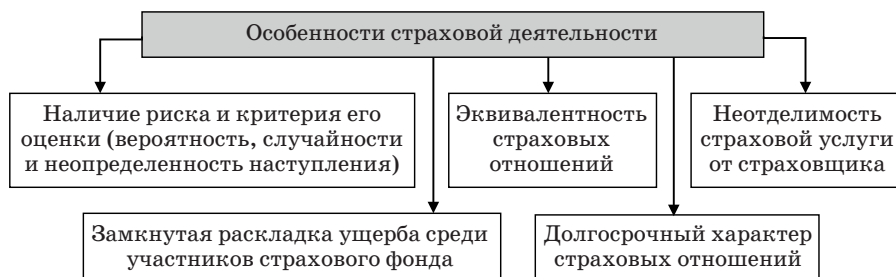
Article info. Received February 25, 2015; accepted April 6, 2015; available online May 5, 2015.

Позиционирование страховой организации на рынке как устойчивой компании требует соответствия параметров ее деятельности показателям финансовой устойчивости и конкурентоспособности.

О категории «устойчивость» говорится в теории общего экономического равновесия (Л. Вальрас, А. Маршалл, Дж. М. Кейнс, П. Э. Самуэльсон, В. Леонтьев и др.). Это такое состояние производства в сложившихся рыночных условиях, где сохраняется соотношение между спросом и предложением, а также ценой, и у хозяйствующих субъектов нет повода к изменению текущего положения, т. е. устойчивость — стабильное развитие и состояние равновесия.

Затрагивая вопрос об устойчивости страховой организации, в силу специфики страховой деятельности — рисковая составляющая, организация денежного оборота, инверсия производственного цикла — следует оценивать возможность исполнения страховщиком обязательств по договору страхования и обеспечения платежеспособности.

Страховая деятельность (страховое дело) — сфера деятельности страховщиков по страхованию, перестрахованию, взаимному страхованию, а также страховых брокеров по оказанию услуг, связанных со страхованием, с перестрахованием, имеет ряд особенностей, которые отличают ее от других видов предпринимательской деятельности (рис.) [11, с. 14].



Особенности страховой деятельности

Закон РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (далее — Основной закон) от 27 ноября 1992 г. № 4015-1 определяет значение критерия «финансовая устойчивость страховщика». Так, в гл. III Основного закона указаны условия обеспечения финансовой устойчивости и платежеспособности страховщиков, установлена обязанность страховщика соблюдать требования к финансовой устойчивости и платежеспособности.

Гарантиями обеспечения финансовой устойчивости и платежеспособности страховщика (согласно п. 1 ст. 25 Основного закона) являются:

- экономически обоснованные страховые тарифы;
- страховые резервы, достаточные для исполнения обязательств по страхованию, сострахованию, перестрахованию, взаимному страхованию;
- собственные средства (капитал);
- перестрахование.

Отметим также, что гарантией стабильного развития для страховой организации служит финансовая устойчивость, а гарантией страховщика для страхователя — возможность и способность выполнить договорные обязательства.

Различные экономисты высказывают неоднозначно мнение о понятии «финансовая устойчивость страховой организации», определяя его по-разному:

- как потенциальную способность компании отвечать по страховым обязательствам, связав ее со структурой обязательств и ресурсами компании и учитывая рисковую составляющую (Л. А. Орланюк-Малицкая [18], А. К. Шихов [22] и др.);

– как состояние финансовых ресурсов, обеспечивающих безусловное выполнение страховых обязательств. В этом случае, финансовая устойчивость представляется в широком смысле и рассматривается как комплексное понятие. Авторы делают акцент на рисковую природу страхования и перечень субъектов страховых отношений, перед которыми выполняются обязательства (Н. Н. Никулина [16], М. Г. Жигас [6] и др.).

При этом экономисты рассматривают суть процесса обеспечения финансовой устойчивости в условиях изменчивой внешней среды. Однако обеспечивая финансовую устойчивость, страховая организация, на наш взгляд, должна обратиться к изучению и контролю факторов внутренней и внешней рыночной среды, поскольку имеет место изменчивость условий всей среды. Так, внутрифирменные преобразования (ребрендинг, реструктуризация и др.) сказываются в момент их осуществления на незначительном ухудшении уровня устойчивости компании, при этом последствия таких преобразований в будущем могут стать главной причиной невыполнения требований к финансовой устойчивости и платежеспособности страховщика.

Так, под финансовой устойчивостью страховой организации нами понимается ее способность в течение некоторого периода времени сохранять количество и качество финансовых ресурсов, за счет которых обеспечивается исполнение обязательств перед субъектами рынка и развитие организации, а также свою платежеспособность в изменяющихся условиях внутренней и внешней среды [10].

Финансовая устойчивость — важнейшая характеристика деятельности организации в условиях рынка. Обладание такой характеристикой для компании дает конкурентные преимущества на рынке. При этом чем выше уровень финансовой устойчивости организации, тем, в меньшей степени, на ее деятельность влияют такого рода риски — изменение рыночной конъюнктуры и банкротство.

Огромное количество факторов влияет на уровень финансовой устойчивости страховой организации. Внешнее воздействие факторов на обеспечение финансовой устойчивости происходит независимо от воли страховой организации. Это говорит о том, что компания не может воздействовать на внешние силы и поэтому должна адаптироваться к существованию в таких рыночных условиях, управляя рисками бизнеса. Формирование внутренних факторов обеспечения финансовой устойчивости происходит внутри организации. Такие факторы оказывают влияние на состояние активов, их оборачиваемость, объем финансовых ресурсов и возможностей. В связи с чем внутренние факторы обеспечения финансовой устойчивости считаются зависимыми от компании, а страховщик посредством влияния на них может корректировать уровень обеспечения финансовой устойчивости. Из числа внутренних факторов следует назвать наличие конкурентоспособности страховой организации и ее продуктов.

Появление и развитие идеи конкурентоспособности приравнивают к XVIII в., начиная с самых ранних классиков. А. Смит в своем научном труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1768) определил три первоначальных фактора, определяющих абсолютные преимущества государства (земля, капитал, природные ресурсы, труд) в международной торговле, и доказал преимущество более открытой экономики одной страны для других стран. Эти факторы считались приемлемыми для описания преимуществ отдельно взятых хозяйств. Принцип «невидимой руки» А. Смита также позволил увидеть тот факт, что страна с «идеальным» планом развития экономики способна быть конкурентоспособной [15].

В последующем теория конкуренции А. Смита была развита в трудах экономиста Д. Рикардо, который ввел понятие «сравнительные преимущества» [2]. Согласно его концепции, деятельность рыночных субъектов наиболее эффективна, если они специализируются на производстве товаров и услуг, имея

достаточный опыт и низкий объем издержек. Д. Рикардо доказал, что у любой страны есть выгодная позиция при сотрудничестве с другими странами во внешней торговле, даже если она не имеет абсолютных преимуществ, в этом случае у страны будут сравнительные преимущества, что отражает ее лучшие возможности перед другими странами. Поэтому, считал Д. Рикардо, страна должна производить только те продукты, в отношении которых имеется большее число сравнительных преимуществ.

Стоит обратить внимание и на научные труды Дж. Миля, которые заняли особое место в развитии теории конкуренции. Суть его теории такая, что цены устанавливаются конкуренцией, сама конкуренция возникает из-за стараний покупателя приобрести продукт с минимальными затратами, а в это время продавцы готовы продать такой продукт за более высокую цену. При различных типах конкуренции вопрос об устойчивости рынка, субъектов, операций звучит по-разному. При свободной конкуренции рыночная цена определяется равенством спроса и предложения, напротив, в условиях монополии цена продукта определяется желанием и возможностями покупателя приобретать дорогостоящий продукт, и это говорит об ограниченном спросе и предложении на рынке. Поэтому состояние устойчивого равновесия между спросом и предложением возможно только тогда, когда обмен благами соразмерен издержкам их производства [11, с. 33].

До начала 70-х гг. XX в. новых научных разработок по проблеме обеспечения и повышения конкурентоспособности не наблюдалось. В последующем в научных кругах была принята точка зрения профессора Гарвардской школы бизнеса М. Портера. По его мнению, формирование устойчивых конкурентных преимуществ возможно по трем стратегическим направлениям: минимизация затрат на производство, уникальность (дифференциация) продукта, концентрация усилий на более узком рыночном сегменте.

По теории конкуренции М. Портера, имеют место четыре главных силы конкуренции — интенсивность конкуренции в сегменте, угроза появления новых конкурентов, способность субъектов рынка торговаться, опасность появления продуктов-суррогатов. Эти силы оказывают существенное влияние на ценовую и инвестиционную политику. Чтобы учесть структуру потребностей конкретного сегмента рынка, а, соответственно, и возможности организации в удовлетворении таких потребностей, следует выявить «решающее звено» цепочки создания потребительских ценностей [19].

Идейные разработки профессора М. Портера применили известные политики М. Треси и Ф. Вирсема из консалтинговой фирмы «CSC Index» (середина 1990-х гг.). На основе положений теории конкуренции М. Портера ими были даны рекомендации о тщательном изучении привлекательности компании и продуктов для потребителя, при этом, по их мнению, следовало придерживаться только *одного* из трех направлений — непрерывное улучшение производственного процесса, модернизация продукции или качество обслуживания клиентов.

В XX столетии обращение к вопросу о генерировании знаний о повышении благосостояния и экономическом росте привело к развитию новых идей в теории конкуренции. В научных работах американского экономиста Питера Друкера говорится о главном ресурсе в конкурентной борьбе на рынке — использование в деятельности хозяйствующего субъекта специфических производственных и управленческих знаний. Ключевым фактором, определяющим конкурентоспособность отдельной личности, организации или страны, считается успешное овладение и применение знаний в деятельности [5].

Суждение об умении генерировать и эффективно использовать знания (середина 1990-х гг.) позволило прийти к идее интеллектуального лидерства, которая заключалась в умелом применении «ключевых компетенций» орга-

низации (термин ввели ученые Г. Хемел и К. Прахалад), т. е. использовании знаний в значимых областях для конкретной организации.

Научные разработки ученых Дж. Мура, А. М. Бранденбургера, Б. Дж. Нейлбаффа, П. Друкера имели существенное значение для теории конкуренции. В работе Дж. Мура затронут вопрос о борьбе за место на рынке и взаимовыгодном сотрудничестве субъектов рынка. Согласно его теории среда бизнеса — «живая экосистема», для которой характерно существование конкуренции с эволюцией и кооперацией. Аналогичную идею выдвигали и ученые А. М. Бранденбургер и Б. Дж. Нейлбафф, для этого они использовали теорию игр, характеризуя «со-конкуренции» (выявив сочетание конкуренции и сотрудничества) субъектов рынка.

В своих научных работах П. Друкер отметил, что сам факт существования юридического лица для потребителя не имеет никакого значения. Для потребителя важна реальность — цена и качество продукта. Поэтому приоритеты на рынке перемещаются от субъекта к объекту, т. е. от организации к ее продукции. Потребитель требователен, он интересуется не только продуктом, но и сопутствующими услугами. Это, конечно же, усложняет отношения между субъектами рынка, однако приводит к появлению новых возможностей для обеспечения и поддержания конкурентоспособности организации и продуктов [5].

В экономической литературе до сих пор нет единой точки зрения при определении понятия «конкурентоспособность». Кроме того, следует различать конкурентоспособность организации и ее продуктов, как это верно отмечено в научной статье В. В. Дорофеевой: «зачастую понятие конкурентоспособности предприятия подменяется понятием конкурентоспособности товара. Их отождествление является ложным, прежде всего потому, что второе оценивает потребитель с помощью механизма потребительских предпочтений за относительно короткие периоды. В оценке конкурентоспособности предприятия принимают участие не только потребители, но и предприниматели, эксперты» [4].

Профессором Р. А. Фатхутдиновым понятие «конкурентоспособность» определяет следующим образом: «свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке» [20, с. 32].

В монографии «Конкурентные позиции бизнеса» Э. М. Коротковым и его соавторами конкурентоспособность рассматривается как комплекс характеристик объекта, определяющих его успех на рынке. Важными аспектами при достижении рыночного успеха считаются основные факторы конкурентоспособности товаров конкурентов; деятельность в области рекламы и стимулирования сбыта; практика в торговых марках товаров; привлекательная сторона упаковки товаров; организация гарантийного и послегарантийного сервиса; сбыт и его организация; каналы товародвижения [12, с. 7].

Экономист А. С. Волков рассматривает понятие «конкурентоспособность» как свойство объекта, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность, как отмечено автором, — это «возможность выдержать соперничество с другими в условиях конкурентного рынка» [3, с. 53].

Достаточно емкое по смыслу определение конкурентоспособности, на наш взгляд, дано ученым П. С. Завьяловым: «концентрированное выражение экономических, научно-технических, производственных, организационно-управленческих, маркетинговых и иных возможностей товаропроизводителя, которые реализуются в товарах и услугах, успешно (или безуспешно) противостоящим конкурирующим аналогам, как на внутреннем, так и на внешнем рынке» [9]. Автор сделал акцент на связь с существенным признаком конкуренции (борьба за достижение лучших результатов) и комплексность оценки конкуренто-

способности с целью отразить эффективность направлений деятельности хозяйствующего субъекта. Однако многие авторы современной научной мысли (А. Ю. Юданов, Н. Д. Эриашвили, А. Н. Романов и др.) рассматривают понятие «конкурентоспособность» лишь как предложение хозяйствующим субъектом рынку конкурентоспособных продуктов.

Следует также заметить, что при определении понятия конкурентоспособности любого объекта исследования необходимо изучать его как составной элемент определенной экономической системы, имеющий тесную связь с другими элементами.

Фактор обеспечения финансовой устойчивости (конкурентоспособность) интересует не только страховщика, но и страхователей как потребителей страховых услуг. Интерес в эффективном управлении таким фактором у страховщика проявляется в востребованности его страховых продуктов. В связи с этим страховщику необходимо создавать продукты в широком ассортименте, с высоким качеством и приемлемым уровнем цен. Заинтересованность страхователя в наличии конкурентоспособности у страховщика будет отражаться через приобретение страхового продукта, полностью удовлетворяющего его потребности с позиции «качество-цена».

При подборе страхового покрытия потребитель часто стоит перед выбором: отдать предпочтение цене или качеству. С точки зрения западных экономистов, «люди ...больше обращают внимание на качество, так как оно живет вместе с изданием, а цена забывается быстро» [14, с. 41].

Собственную позицию о понятии конкурентоспособности страховых организаций и их услуг высказывали ученые-экономисты П. В. Журавлев, И. Н. Жук, Н. М. Ованесян, Л. И. Цветкова, В. В. Шахов и др.

И. Н. Жук [7] и Л. И. Цветкова [21] определяют конкурентоспособность страховой организации как способность фирмы сохранять свои коммерческие свойства в условиях меняющейся внешней среды. Конкурентоспособность страховой организации также, по их мнению, можно толковать и как поддержание значений стратегических показателей своей деятельности в состоянии устойчивости, обеспечивающей экономическую эффективность бизнеса на приемлемом для собственников уровне. Авторами определены следующие стратегические показатели:

- финансовая устойчивость и платежеспособность,
- объем действующей филиальной сети,
- функционирующая агентская сеть,
- темпы роста сборов страховых премий,
- убыточность страховых операций,
- доля рынка и др.

На наш взгляд, способность организации сохранить коммерческие свойства — значит получить нулевой результат, но это не отрицательное явление. Отсутствие положительных изменений в коммерческих свойствах (возможно авторы определения подразумевают конкурентные преимущества) в меняющихся условиях внешней среды, конечно же, будет отражаться на конкурентоспособности страховщика. Поэтому нашу позицию в этом вопросе поясним так, что наиболее точным отражением понимания сущности конкурентоспособности страховой организации становится способность страховой организации работать в динамично развивающейся среде, удерживая конкурентные преимущества, как минимум, в неизменном виде.

Ученый В. В. Леонтьев высказывался, что устойчивой можно считать такую систему, где совокупность изменения отдельных экономических параметров в результате приводит всю систему к состоянию равновесия. Неустойчивой признается система, где изменения отдельных экономических параметров носят разнонаправленный характер, и система отклоняется от состояния рав-

новесия в конечном итоге [13]. Это позволяет нам говорить о том, что неустойчивость системы по отдельным параметрам необязательно приведет к потере устойчивости по остальным параметрам, которые тоже выявляют конкурентоспособность страховой организации. Приняв такую позицию в понимании сущности конкурентоспособности компании, мы не можем согласиться с мнением ученого И. Н. Жук, что только в состоянии устойчивости страховщик может быть конкурентоспособным. В рыночных условиях вряд ли удастся добиться идеальной конкурентной среды, где будут функционировать устойчивые страховые организации.

Профессор П. В. Журавлев [8, с. 206], поддерживая точку зрения профессора В. В. Шахова, отмечает, что конкурентоспособность страховой организации следует рассматривать как «возможности сбыта страховых продуктов на данном рынке с учетом имеющихся страховых интересов». Следует заметить, что страховщик, формируя конкурентные преимущества, должен задействовать все свои бизнес-процессы, начиная с андеррайтинга и до урегулирования убытка. Поэтому считаем определение конкурентоспособности П. В. Журавлева ограниченным в своем содержании.

По мнению профессора Н. М. Ованесян, конкурентоспособность страховщика и его услуг — «сложные многоаспектные понятия» [17]. Это выражается через способность страховой услуги и страховщика (товаропроизводителя) занять и удержать позицию на конкретном сегменте страхового рынка в определенное время в условиях конкуренции с другими товарами аналогичного назначения и их товаропроизводителями.

Проанализировав различные точки зрения экономистов на трактовку понятия «конкурентоспособность страховой организации», были выявлены характерные признаки ее конкурентоспособности (табл.).

Признаки конкурентоспособности страховой организации

Признак конкурентоспособности	Характеристика
Конкурентоспособность проявляется на определенных сегментах страхового рынка	На каждом сегменте рынка присутствуют компании, которые имеют большее число конкурентных преимуществ, чем другие конкуренты. Это позволяет компании быть конкурентоспособной в глазах партнеров и потребителей
Конкурентоспособности присущ динамический характер	Возникает необходимость рассматривать уровень конкурентоспособности страховой организации и ее продуктов лишь применительно к конкретному моменту времени, при этом необходимо учитывать изменения внешней конкурентной среды
Конкурентоспособность — относительная характеристика	Организации, конкурирующие на рынке, постоянно сравнивают результаты своей деятельности с достижениями более успешных игроков-лидеров. Однако страховая организация может быть конкурентоспособной на одном из сегментов рынка и неконкурентоспособной на других
Тесная взаимосвязь между конкурентоспособностью страховой организации и конкурентоспособностью ее услуг	Волатильность рынка дает возможности страховой организации обратить внимание на деятельность и ее «рабочее поле», изменяя себя, продукты увеличивают конкурентные преимущества. Без учета потребностей страхователей в качестве продукта, его приемлемой цене страховщику сложно конкурировать на рынке и быть конкурентоспособной организацией

Рассмотрев и изучив признаки конкурентоспособности страховой организации, была предложена авторская точка зрения на изложение сущности исследуемых экономических категорий. Под конкурентоспособностью страховой организации следует понимать способность страховщика, как производителя и продавца на рынке, в условиях меняющейся внешней конкурентной среды осуществлять деятельность по созданию, продвижению и реализации страховых продуктов на доступных сегментах рынка таким образом, чтобы формируемые денежные потоки от страховой (основной) деятельности в долго-

срочной перспективе гарантировали устойчивое и эффективное функционирование организации на рынке.

Далее определим, что следует понимать под конкурентоспособностью страхового продукта. Конкурентоспособность страхового продукта рассматривается с позиции комплекса качественных и стоимостных характеристик продукта, оптимальное соотношение которых будет обеспечивать удовлетворение потребностей страхователей и выгодное отличие от продуктов-аналогов конкурентов-страховщиков на конкретном рыночном сегменте. Только в сравнении с аналогами потребитель может оценить конкурентное преимущество страховой организации и ее продукции перед другими страховщиками на рынке. Поэтому страховая организация обязана постоянно контролировать и корректировать ценность предлагаемого ассортимента страховой продукции в глазах потребителей, чтобы, как можно дольше, выдерживать конкуренцию на рынке.

Профессор С. А. Бахматов подчеркивает и такой ключевой показатель поддержания конкурентоспособности страховой организации, как лояльность покупателя, объясняя его значимость свойствами страхового продукта [1], и с этим стоит согласиться.

Признание страховой организации в обществе, уникальность страховых продуктов, качество страхового обслуживания и приемлемая цена для потребителя — все эти факторы рыночного успеха находят отражение в расширении и устойчивости клиентской базы, увеличении объема страхового портфеля, и, как следствие, в обеспечении финансовой устойчивости страховой организации [11, с. 31]. Вопрос обеспеченности финансовыми ресурсами производственного процесса страховой организации и ее возможности и способности конкурировать в рыночных условиях достаточно остро обозначен в кризис.

Устойчивое финансовое состояние формируется в процессе всей экономической деятельности организации и характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, целесообразностью их размещения и эффективностью использования, финансовыми взаимоотношениями с другими субъектами рынка, платежеспособностью и финансовой устойчивостью. В конечном итоге финансовое состояние организации определяет ее финансовую устойчивость, конкурентоспособность и потенциал в деловом сотрудничестве.

Список использованной литературы

1. Бахматов С. А. Формирование конкурентных преимуществ на основе создания и поддержания ценности страхового продукта / С. А. Бахматов, Т. В. Колесникова // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2012. — № 3 — С. 26–29.
2. Вальтер Ж. Конкурентоспособность: общий подход / Ж. Вальтер. — М. : Рос.-Европ. центр экон. политики (РЕЦЭП), 2004. — 175 с.
3. Волков А. С. Методические рекомендации по организации снабженческо-сбытовой деятельности предприятия на основе маркетинга / А. С. Волков — М. : Новый век, 2000. — 83 с.
4. Дорофеева В. В. Методика оценки уровня конкурентоспособности промышленных предприятий / В. В. Дорофеева // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2011. — № 4. — С. 89–94.
5. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / П. Ф. Друкер. — М. : Вильямс, 2003. — 272 с.
6. Жигас М. Г. Финансы страховых организаций : учеб. пособие / М. Г. Жигас. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2002. — 312 с.
7. Жук И. Н. Конкурентоспособность страховой организации и ее кластерное обеспечение / И. Н. Жук // Страховое дело. — 2009. — № 12. — С. 17–23.
8. Журавлев П. В. Основы страхового менеджмента / П. В. Журавлев, В. В. Владимиров, С. А. Банников. — М. : Экономика, 2007. — 404 с.
9. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах / П. С. Завьялов. — М. : Инфра-М, 2002. — 496 с.

10. Колесникова Т. В. К вопросу о понятии финансовой устойчивости страховой организации / Т. В. Колесникова // Проблемы модернизации экономики Монголии и России : материалы междунар. науч.-практ. конф. / под ред. В. И. Самарухи. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2011. — Ч. 1. — С. 235–242.

11. Колесникова Т. В. Обеспечение финансовой устойчивости и конкурентоспособности страховой организации с использованием инструментов страхового маркетинга : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 / Т. В. Колесникова. — Иркутск, 2011. — 281 с.

12. Коротков Э. М. Конкурентные позиции бизнеса : монография / Э. М. Коротков, Ю. Т. Шестопал, В. Д. Дорофеев. — М. : Инфра-М, 2003. — 261 с.

13. Леонтьев В. В. Экономическое эссе / В. В. Леонтьев. — М. : Политиздат, 1990. — 416 с.

14. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие / И. М. Лифиц. — М. : Высш. образование : Юрайт-Издат, 2009. — 460 с.

15. Макконнелл К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. — М. : Инфра-М, 2003. — Ч. 1. — 972 с.

16. Никулина Н. Н. Финансовый менеджмент страховой организации : учеб. пособие / Н. Н. Никулина, С. В. Березина. — М. : Юнити-Дана, 2008. — 480 с.

17. Ованесян Н. М. Становление социально ориентированной системы института страхования в модернизируемой экономике России: концепция, механизм, эволюция : автореф. ... д-ра экон. наук : 08.00.01, 08.00.10 / Н. М. Ованесян. — Ростов н/Д, 2008. — 55 с.

18. Орланюк-Малицкая Л. А. Платежеспособность страховой организации / Л. А. Орланюк-Малицкая. — М. : Анкил, 1994. — 210 с.

19. Потер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость : пер. с англ. / М. Потер. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. — 715 с.

20. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. — М. : Инфра-М, 2000. — 312 с.

21. Цветкова Л. И. Менеджмент качества страховой услуги / Л. И. Цветкова // Организация продаж страховых продуктов. — 2009. — № 2. — URL : <http://www.garant.ru/article/>.

22. Шихов А. К. Страхование : учеб. пособие / А. К. Шихов. — М. : Юнити-Дана, 2000. — 431 с.

References

1. Bakhmatov S. A., Kolesnikova T. V. Formation of competitive advantages on the basis of creation and maintenance of insurance product value. *Izvestiya Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii = Bulletin of Irkutsk State Academy of Economics*, 2012, no. 3, pp. 26–29. (In Russian).

2. Val'ter Zh. *Konkurentosposobnost': obshchii podkhod* [Competitiveness: general approach]. Moscow, Russian-European Centre for Economic Policy (RECEP) Publ., 2004. 175 p.

3. Volkov A. S. *Metodicheskie rekomendatsii po organizatsii snab-zhenchesko-sbytovoi deyatel'nosti predpriyatiya na osnove marketinga* [Methodical recommendations on managing company's supply and sales activities based on marketing]. Moscow, Novy Vek Publ., 2000. 83 p.

4. Dorofeeva V. V. Assessment procedure of industrial competitiveness level. *Izvestiya Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii = Bulletin of Irkutsk State Academy of Economics*, 2011, no. 4, pp. 89–94. (In Russian).

5. Drucker P. *Management Challenges for the 21st Century*. New York, Harper Business, 1999. XI, 207 p. (Russ. ed.: Druker P. *Zadachi menedzhmenta v XXI v.* Moscow, Vilyams Publ., 2000. 272 p.).

6. Zhigas M. G. *Finansy strakhovykh organizatsii* [Finances of insurance organizations]. Irkutsk, Baikal State University of Economics and Law Publ., 2002. 312 p.

7. Zhuk I. N. Competitiveness of the insurance organization and its cluster maintenance. *Strakhovoe delo = Insurance*, 2009, no. 12, pp. 17–23. (In Russian).

8. Zhuravlev P. V., Vladimirov V. V., Bannikov S. A. *Osnovy strakhovogo menedzhmenta* [Basics of insurance management]. Moscow, Ekonomika Publ., 2007. 404 p.

9. Zav'yalov P. S. *Marketing v skhemakh, risunka, tablitsakh* [Marketing in schemes, drawings and tables]. Moscow, Infra-M Publ., 2002. 496 p.

10. Kolesnikova T. V. On issue of the concept of financial stability of the insurance organization. *Problemy modernizatsii ekonomiki Mongolii i Rossii. Materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Problems of economic modernization of Mongolia and Russia. Materials of International Science and Practice Conference]. Irkutsk, Baikal State University of Economics and Law Publ., 2011, pt. 1, pp. 235–242. (In Russian).

11. Kolesnikova T. V. *Obespechenie finansovoy ustoychivosti i konkurentosposobnosti strakhovoy organizatsii s ispolzovaniem instrumentov strakhovogo marketinga*. Kand. diss. [Maintenance of financial stability and competitiveness of the insurance organization with use of insurance marketing tools. Cand. Diss.]. Irkutsk, 2011. 281 p.

12. Korotkov E. M., Shestopal Yu. T., Dorofeev V. D. *Konkurentnye pozitsii biznesa* [Competitive positions of business]. Moscow, Infra-M Publ., 2003. 261 p.

13. Leont'ev V. V. *Ekonomicheskoe esse* [An economic essay]. Moscow, Politizdat Publ., 1990. 416 p.

14. Lifits I. M. *Konkurentosposobnost' tovarov i uslug* [Competitiveness of goods and services]. Moscow, Vysshee obrazovanie, Yurait-Izdat Publ., 2009. 460 p.

15. Makkonnel K. R., Bryu S. L. *Ekonomiks: Printsipy, problemy i politika* [Economics: principles, problems and policy]. Moscow, Infra-M Publ., 2003. Pr. 1. 972 p.

16. Nikulina N. N., Berezina S. V. *Finansovyi menedzhment strakhovoi organizatsii* [Financial management of the insurance organization]. Moscow, YuNITI-DANA Publ., 2008. 480 p.

17. Ovanesyan N. M. *Stanovlenie sotsial'no orientirovannoi sistemy instituta strakhovaniya v moderniziruemoi ekonomike Rossii: kontseptsiya, mekhanizm, evolyutsiya. Avtoref. Dokt. Diss.* [Establishment of socially oriented system of insurance institutions in Russian economy in terms of modernization: concepts, mechanism, evolution. Doct. Diss. Thesis]. Rostov-on-Don, 2008. 55 p.

18. Orlanyuk-Malitskaya L. A. *Platzhesposobnost' strakhovoi organizatsii* [Insurance organization's solvency]. Moscow, ANKIL Publ., 1994. 210 p.

19. Porter M. *Konkurentnoe preimushchestvo: Kak dostich' vysokogo rezul'tata i obespechit' ego ustoychivost'* [Competitive advantage: How to obtain a high result and to provide its stability]. Moscow, Alpina Publisher Publ., 2008. 720 p.

20. Fatkhutdinov R. A. *Konkurentosposobnost': ekonomika, strategiya, upravlenie* [Competitiveness: economy, marketing, management]. Moscow, Infra-M Publ., 2000. 312 p.

21. Tsvetkova L. I. Management of insurance service quality. *Organizatsiya prodazh strakhovykh produktov = Organization of insurance products sales*, 2009, no. 2. Available at: <http://www.garant.ru/article/>. (In Russian).

22. Shikhov A. K. *Strakhovanie* [Insurance]. Moscow, YuNITI-DANA Publ., 2000. 431 p.

Информация об авторе

Колесникова Татьяна Владимировна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра страхования и управления рисками, Байкальский государственный университет экономики и права, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: koles_tata@mail.ru.

Author

Tatiana V. Kolesnikova — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Insurance and Risk Management, Baikal State University of Economics and Law, 11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russian Federation; e-mail: koles_tata@mail.ru.

Библиографическое описание статьи

Колесникова Т. В. Взаимосвязь финансовой устойчивости и конкурентоспособности страховой организации / Т. В. Колесникова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). — 2015. — Т. 6, № 3. — DOI : [10.17150/2072-0904.2015.6\(3\).10](http://dx.doi.org/10.17150/2072-0904.2015.6(3).10).

Reference to article

Kolesnikova T. V. Interrelation of financial solvency and competitiveness of the insurance company. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii (Baykalskiy gosudarstvennyy universitet ekonomiki i prava) = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy (Baikal State University of Economics and Law)*, 2015, vol. 6, no. 3. DOI: [10.17150/2072-0904.2015.6\(3\).10](http://dx.doi.org/10.17150/2072-0904.2015.6(3).10). (In Russian).