

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2021.55.43.005

Возможности развития отечественного рынка аграрного страхования**Забайкин Юрий Васильевич**

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры производственного и финансового менеджмента,
Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе,
117997, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 23;
e-mail: 79264154444@yandex.com

Зевелева Елена Александровна

Кандидат исторических наук,
профессор,
завкафедрой гуманитарных наук,
академик Российской академии естественных наук,
член Союза писателей России,
Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе,
117997, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 23;
e-mail: aleksandr.sapsai@yandex.ru

Карандаева Татьяна Сергеевна

Кандидат философских наук,
доцент кафедры философии и права,
Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе,
117997, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 23;
e-mail: kaffilos@yandex.ru

Третьякова Наталья Мезаириковна

Старший преподаватель кафедры гуманитарных наук,
Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе,
117997, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 23;
e-mail: natalia.tretyakova@mail.ru

Аннотация

Используя имеющиеся сильные стороны и выявляя возможности развития отечественного рынка аграрного страхования, следует нейтрализовывать слабые стороны и существующие угрозы функционирования страхового рынка. За счет увеличения

объемов страхового покрытия сельскохозяйственных рисков растет общий уровень развития аграрного страхования в стране. В случае обеспечения эквивалентного распределения рисков и ответственности между субъектами страхового рынка создаются необходимые условия для локализации негативных последствий проявления сельскохозяйственных рисков. При условии достижения сбалансированности страховых интересов субъектов страхового рынка растет доверие к страхованию как к инструменту защиты имущественных интересов страхователей. Используя результаты SWOT-анализа, стоит акцентировать внимание на возможных вариантах развития ценовой стратегий на рынке аграрного страхования. Разработку ценовой стратегии страховой компании следует рассматривать как ключевой инструмент взаимодействия субъектов страхового рынка по поводу защиты их имеющихся финансово-экономических интересов. Удачно сформированная ценовая стратегия – одна из составляющих коммерческого успеха страховой компании, обеспечения ее конкурентоспособности. Однако следует учитывать необходимость формирования цен на услуги аграрного страхования, исходя из потребностей согласования определенных ценностей страховщиков и страхователей от участия в распределении сельскохозяйственных рисков.

Для цитирования в научных исследованиях

Забайкин Ю.В., Зевелева Е.А., Карандаева Т.С., Третьякова Н.М. Возможности развития отечественного рынка аграрного страхования // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Том 11. № 9В. С. 498-506. DOI: 10.34670/AR.2021.55.43.005

Ключевые слова

Формирование цен, распределение, инструменты воздействия, обеспечение, ценовая стратегия.

Введение

Достижение ценностных ориентиров ценовой стратегии для страховых компаний заключается в расширении страхового поля благодаря увеличению количества заключенных договоров аграрного страхования, что, соответственно, обеспечивает рост сумм аккумулированных страховых премий, а также минимизацию рисков, связанных со страховой и финансово-экономической деятельностью страховщика [Брянская и др., 2020]. Ключевой экономической ценностью участия в страховом процессе для страхователей выступает своевременность, полнота и качество страховой защиты во время действия страхового договора [Минаков, 2014].

Основная часть

В формализованном виде общая экономическая ценность страховщика и страхователя от участия в страховом процессе приобретает следующий вид:

$$ЗЕЦ_{\text{страховщика}} = f(Ц_{\text{П}} + Ц_{\text{В.К.}} + Ц_{\text{С.Р.}} - Ц_{\text{С.В.}} - Ц_{\text{А.В.}}) \quad (1)$$

$$ЗЕЦ_{\text{страхователя}} = f(Ц_{\text{СЗ}} + Ц_{\text{СП}} + Ц_{\text{С.С.О.}} - Н_{\text{ПР}}) \rightarrow \max \quad (2)$$

где ЗЕЦ – общая экономическая ценность;

ЦСЗ – ценность страховой защиты;

ЦПсп. – ценность уплаты страховых услуг;

Цс.с.о. – ценность сервисного страхового обслуживания;

НПр – негативное событие, связанное с невыполнением страховщиком своих обязательств по страховым договорам;

Цп – ценность формирования прибыли страховщиком;

Цв.к. – ценность формирования собственного капитала страховщиком;

Цс.р. – ценность накопления страховых резервов страховщиком;

Цс.в. – ценность выплаты страховых возмещений по факту наступления страховых событий;

Ца.в. – ценность осуществления административных расходов страховщиком.

Считаем, что взаимная реализация экономических ценностей участников страхового процесса возможна благодаря формированию и использованию различных ценовых стратегий на страховом рынке (табл. 1). Выбор той или иной ценовой стратегии страховщика зависит от многих факторов, основными из которых являются уровень инновационности страхового продукта; наличие платежеспособного спроса на страховые услуги среди потенциальных страхователей; состояние конкуренции на страховом рынке.

При условии достаточно пассивного проявления интереса товаропроизводителей к инвестированию собственных финансовых ресурсов в страховую защиту страховщикам необходимо мотивировать их к заключению договоров страхования, используя различные ценовые стратегии [Минаков, 2004].

Таблица 1. Сравнение ценовых стратегий на рынке аграрного страхования

Вид стратегии	Маркетинговая цель	Сравнение преимуществ и недостатков от применения ценовых стратегий на рынке аграрного страхования	
		Преимущества	Недостатки
Стратегия максимально возможных тарифов	Максимизация прибыли страховщика	Создает возможности для получения страховщиком дополнительных сумм платежей в краткосрочном периоде	Снижает доступность потенциальных страхователей к защите их имущественных интересов
Стратегия оптимизации соотношения между ценой и качеством страховых продуктов	Обеспечение соответствия между ценовыми и качественными характеристиками страховых продуктов	Способствует сбалансированности страховых интересов во времени и пространстве участников страхового процесса	Не обнаружено
Стратегия диверсификации страховых тарифов	Создание благоприятных условий для поощрения аграриев страхового процесса	Предоставляет возможности страховщикам осуществлять гибкое ценообразование стоимости услуг из аграрного страхования	Широкая диверсификация страховых тарифов может грозить сбалансированности страхового портфеля страховщика

Каждая из представленных ценовых стратегий страховой компании имеет свои преимущества и определенные недостатки в зависимости от текущей конъюнктуры страхового

рынка [Capitanio, Diaz-Caneja, Cafiero, Adinolfi, 2011]. Используя различные виды стратегий, страховые компании моделируют свои действия в отношении потенциальных страхователей, выбора сегмента (классические и индексные виды аграрного страхования) рынка, на котором будет сконцентрировано основное внимание в предоставлении страховых услуг, планирование доходов, расходов и прибыли страховщика [Минаков, 2005]. В основе ценовой стратегии должны быть заложены условия реализации финансово-экономических интересов страхователей, суть которых заключается в получении надлежащего уровня страховой защиты и обеспечении возможности развития бизнеса страховой компанией [Минаков, 2011].

Результаты SWOT-анализа рынка аграрного страхования в России свидетельствуют о способности преодоления проблем существующих угроз за счет использования потенциальных возможностей развития страховых отношений в аграрной сфере [Минаков, 2004]. С этой целью отражены взаимосвязанные факторы влияния на состояние развития страхования сельскохозяйственной продукции (сильные стороны, возможности, слабые стороны, угрозы), которые в сочетании с различными ценовыми стратегиями и обеспечат ожидаемый результат относительно поступательного сбалансирования финансово-экономических интересов между субъектами страхового процесса (табл. 2).

Исследование видов ценовых стратегий показывает, что их выбор зависит прежде всего от маркетинговой цели, которую определяет страховщик на кратко- и среднесрочную перспективу [Минаков, 2011]. Применение стратегии максимально возможных тарифов направлено на увеличение прибыли страховщика, однако действенность использования данной стратегии является весьма ограниченной из-за неготовности подавляющего большинства потенциальных страхователей получать страховую защиту по завышенным тарифам [Минаков, 2004]. При условии разработки и реализации инновационных страховых продуктов, способных максимально широко удовлетворить спрос аграриев в страховой защите, страховщики используют повышенные тарифные ставки. Прежде всего это касается комплексного страхового покрытия от многих рисков (пожара, вымерзания, засухи, наводнения и тому подобное), а также услуги страхования доходов (Revenue Insurance) производителей аграрной продукции в связи с их возможными ежегодными колебаниями под воздействием самых разнообразных угроз природного и финансово-экономического характера [Минаков, 2013].

Таблица 2. Ценовые стратегии и ожидаемый результат от их использования на рынке аграрного страхования

Факторы, определяющие сильные стороны и возможности развития рынка аграрного страхования	Вид ценовой стратегии	Факторы, что определяют слабые стороны развития рынка аграрного страхования
Внедрение инновационных страховых продуктов	Максимально возможных тарифов	Высокая вероятность проявления сельскохозяйственных рисков
Ожидаемый результат: нейтрализация с.-г. рисков, используя инструменты страхования и перестрахования		
Повышение качества управления бизнес-процессами страховщика	Оптимизация между ценой и качественными характеристиками страховых продуктов	Низкий уровень развития аграрного страхования в России
Формирование спроса и предложения на рынке аграрного страхования		
Осуществление государственной поддержки по страхованию с.-г. продукции		

Факторы, определяющие сильные стороны и возможности развития рынка аграрного страхования	Вид ценовой стратегии	Факторы, что определяют слабые стороны развития рынка аграрного страхования
Обеспечение эквивалентного распределения рисков и ответственности		Отсутствие отложенного механизма перестрахования
Увеличение объемов страхового покрытия сек.-г. рисков		Низкий уровень капитализации страховщиков
Ожидаемый результат: широкое использование аграрного страхования как инструмента противодействия потенциальным рискам; осуществление первичного и вторичного распределения рисков между субъектами страхового рынка; повышение финансово-экономической состоятельности страховых компаний по исполнению ими своих обязательств по договорам аграрного страхования		
Расширение ассортимента Диверсификация Низкий уровень платежеспособности страховых услуг страховых тарифов потенциальных страхователей		
Ожидаемый результат: расширение страхового покрытия и предоставление максимального спектра страховых услуг аграриям независимо от их финансово-экономического состояния		

Одним из приоритетов маркетинговой политики страховщика является обеспечение соответствия между ценовыми и качественными характеристиками страховых продуктов [Chambers, 1989]. Использование данной ценовой стратегии следует рассматривать как один из оптимальных вариантов сочетания страховых интересов субъектов рынка. Формируя окончательную цену услуги, страховщик должен предоставлять качественные страховые услуги с соответствующим сервисным обслуживанием (осуществление андеррайтинговых мероприятий, перестрахование обследования состояния посевных площадей на предмет выявления потенциальных рисков, в случае наступления страхового случая страховщик самостоятельно осуществляет и согласовывает со страхователем необходимый пакет документов для выплат и т. п.). Реализация стратегии оптимизации между ценой и качеством страховых продуктов должна базироваться на управлении бизнес-процессами страховщика, формировании спроса и предложения на страховые услуги, расширении ассортимента страховых услуг, обеспечении эквивалентного раздела рисков и ответственности, а также увеличении объемов страхового покрытия сельскохозяйственных рисков, что, в свою очередь, должен генерировать процесс повышения общего уровня развития аграрного страхования в России [Минаков, 2014].

Диверсификация страховых тарифов используется страховщиком как инструмент мотивации страхователей к заключению договоров аграрного страхования. Несмотря на различные финансово-экономические возможности участия производителей аграрной продукции в покрытии сельскохозяйственных рисков, возникает необходимость в применении различных подходов к ценообразованию на страховые услуги [Ali, Abdulai, Mishra, 2020]. Однако необходимо отметить, что широкая диверсификация страховых тарифов может негативно сказаться на качестве страхового портфеля страховщика. В рамках реализации данной стратегии перед страховщиком возникают две взаимосвязанные задачи: во-первых, стоимость страховых услуг должна быть доступной для широкого круга потенциальных страхователей; во-вторых, сумма полученных платежей должна быть достаточной для осуществления будущих страховых выплат.

Заключение

Итак, среди маркетинговых стратегий воздействия на субъекты аграрного страхования особая роль принадлежит политике ценообразования, поскольку благодаря ее реализации формируется предложение и удовлетворяется спрос на страховые услуги. Результаты проведенного SWOT-анализа рынка аграрного страхования в России дают основания констатировать, что сдерживающими факторами развития выступают низкий уровень платежеспособности аграриев; высокая вероятность проявления сельскохозяйственных рисков и недостаточная капитализация страховщиков. Очевидно, что одним из инструментов решения указанных проблем является использование ценовых стратегий, которые позволяют за счет рационального использования имеющихся возможностей развития рынка аграрного страхования нейтрализовывать потенциальные угрозы.

Считаем, что для сбалансирования имущественных интересов участников рынка аграрного страхования наиболее приемлемой является стратегия оптимизации соотношения между ценой и качеством страховых услуг, поскольку страхователи получают соответствующую страховую защиту, исходя из фактического объема сервисного обслуживания, а страховщик – за счет повышения качества предоставления услуг аккумулирует дополнительные платежи от страховой деятельности [Городецкий и др., 2012]. Для осуществления полноценной маркетинговой политики на рынке аграрного страхования, кроме ценовых стратегий, возникает необходимость в обосновании сбытовой деятельности страховщика, а также формировании современных коммуникаций между участниками страхового процесса.

Библиография

1. Брянская О.Л. и др. Инновации, тенденции и проблемы в области экономики, управления и бизнеса. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука», 2020. 234 с.
2. Городецкий А.Е. и др. Обеспечение экономической безопасности реализации федеральных целевых программ. М., 2012. 204 с.
3. Мальчикова Н.К. Проблемное задание как средство развития творческого мышления обучающихся на занятиях английского языка // Материалы X Международной учебно-методической конференции «Современный университет в цифровой образовательной среде: ориентир на опережающее развитие». Чебоксары: Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова, 2018. С. 138-141.
4. Минаков А.В. Бюджетно-налоговая безопасность как основное условие экономической безопасности в России // Экономический анализ: теория и практика. 2004. № 7 (22). С. 49-56
5. Минаков А.В. Государственное воздействие на собираемость налогов // Налоги. 2004. № 1. С. 56-62.
6. Минаков А.В. Модели анализа и прогнозирования налоговой базы и налоговых поступлений // Экономический анализ: теория и практика. 2005. № 10 (43). С. 47-52/
7. Минаков А.В. Особенности существующих методов диагностики несостоятельности организаций // Экономика и предпринимательство. 2014. № 11-2 (52). С. 799-804/
8. Минаков А.В. Оценка эффективности инвестиционной стратегии страховой организации // Экономика и предпринимательство. 2014. № 8 (49). С. 522-526.
9. Минаков А.В. Проблема противодействия коррупционным проявлениям в системе межбюджетных отношений // Финансы и кредит. 2011. № 18 (450). С. 30-37.
10. Минаков А.В. Роль иностранного инвестирования в активизации инновационной деятельности в условиях неопределенности // Экономика и предпринимательство. 2013. № 11-2 (40). С. 47-50.
11. Минаков А.В. Системные проблемы управления бюджетно-налоговой системой при обеспечении экономической безопасности страны // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2011. Т. 7. № 12 (105). С. 61-65.
12. Минаков А.В. Эффективное управление бюджетно-налоговой системой как важнейшее условие повышения экономической безопасности в России: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. М., 2004. 189 с.
13. Ali W., Abdulai A., Mishra A.K. Recent advances in the analyses of demand for agricultural insurance in developing and emerging countries // Annual Review of Resource Economics. 2020. No. 12. P. 411-430.

14. Capitanio F., Diaz-Caneja M.B., Cafiero C., Adinolfi F. Does market competitiveness significantly affect public intervention in agricultural insurance: The case in Italy // *Applied Economics*. 2011. No. 43(27). P. 4149-4159.
15. Chambers R.G. Insurability and moral hazard agricultural insurance markets // *American Journal of Agricultural Economics*. 1989. No. 71(3). P. 604-616.

Opportunities for the development of the domestic agricultural insurance market

Yurii V. Zabaikin

PhD in Economics,
Associate Professor of the Department of production and financial management,
Sergo Ordzhonikidze Russian State University for Geological Prospecting,
117997, 23 Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: 79264154444@yandex.com

Elena A. Zeveleva

PhD in Historical Sciences, Professor,
Head of the Department of Humanities,
Academician of the Russian Academy of Natural Sciences,
Member of the Union of Writers of Russia,
Sergo Ordzhonikidze Russian State University for Geological Prospecting,
117997, 23 Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: aleksandr.sapsai@yandex.ru

Tat'yana S. Karandaeva

PhD in Philosophy,
Associate Professor of the Department of philosophy and law,
Sergo Ordzhonikidze Russian State University for Geological Prospecting,
117997, 23 Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: kaffilos@yandex.ru

Natal'ya M. Tret'yakova

Senior Lecturer at the Department of Humanities,
Sergo Ordzhonikidze Russian State University for Geological Prospecting,
117997, 23 Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: natalia.tret'yakova@mail.ru

Abstract

Using the existing strengths and identifying opportunities for the development of the domestic agricultural insurance market, it is necessary to neutralize the weaknesses and existing threats to the functioning of the insurance market. Consequently, due to the increase in the volume of insurance

coverage of agricultural risks, the overall level of development of agricultural insurance in the country will increase. In the case of ensuring an equivalent distribution of risks and liability between the sub-objects of the insurance market, the necessary conditions are created to localize the negative consequences of agricultural risks. Provided that the insurance interests of insurance market entities are balanced, confidence in insurance as a tool for protecting the property interests of policyholders will grow. Using the results of SWOT analysis, it is worth focusing on possible options for the development of pricing strategies in the agricultural insurance market. The development of an insurance company's pricing strategy should be considered as a key tool for the interaction of insurance market entities regarding the protection of their existing financial and economic interests. It seems fair to say that a well-formed pricing strategy is one of the components of the commercial success of an insurance company, ensuring its competitiveness. However, it is necessary to take into account the need to form prices for agricultural insurance services, based on the needs of coordinating certain values of insurers and policyholders from participation in the distribution of agricultural risks.

For citation

Zabaikin Yu.V., Zeveleva E.A., Karandaeva T.S., Tret'yakova N.M. (2021) Vozmozhnosti razvitiya otechestvennogo rynka agrarnogo strakhovaniya [Opportunities for the development of the domestic agricultural insurance market]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 11 (9B), pp. 498-506. DOI: 10.34670/AR.2021.55.43.005

Keywords

Pricing, distribution, instruments of influence, provision, pricing strategy.

References

1. Ali W., Abdulai A., Mishra A.K. (2020) Recent advances in the analyses of demand for agricultural insurance in developing and emerging countries. *Annual Review of Resource Economics*, 12, ppP. 411-430.
2. Bryanskaya O.L. et al. (2020) *Innovatsii, tendentsii i problemy v oblasti ekonomiki, upravleniya i biznesa* [Innovations, trends and problems in the field of economics, management and business]. Nizhnii Novgorod: NOO "Professional'naya nauka" Publ.
3. Capitanio F., Diaz-Caneja M.B., Cafiero C., Adinolfi F. (2011) Does market competitiveness significantly affect public intervention in agricultural insurance: The case in Italy. *Applied Economics*, 43(27), pp. 4149-4159.
4. Chambers R.G. (1989) Insurability and moral hazard agricultural insurance markets. *American Journal of Agricultural Economics*, 71(3), pp. 604-616.
5. Gorodetskii A.E. et al. (2012) *Obespechenie ekonomicheskoi bezopasnosti realizatsii federal'nykh tselevykh program* [Ensuring the economic security of the implementation of federal target programs]. Moscow.
6. Mal'chikova N.K. (2018) Problemnoe zadanie kak sredstvo razvitiya tvorcheskogo myshleniya obuchayushchikhsya na zanyatiyakh angliiskogo yazyka [Problem task as a means of developing students' creative thinking in English classes]. In: *Materialy X Mezhdunarodnoi uchebno-metodicheskoi konferentsii "Sovremenniy universitet v tsifrovoy obrazovatel'noi srede: orientir na operezhayushchee razvitie"* [Proc. Int. Conf. "Modern University in a Digital Educational Environment: A Guide to Advanced Development"]. Cheboksary: Chuvash State University named after I.N. Ulyanova, pp. 138-141.
7. Minakov A.V. (2004) Byudzhethno-nalogovaya bezopasnost' kak osnovnoe uslovie ekonomicheskoi bezopasnosti v Rossii [Budget and tax security as the main condition for economic security in Russia]. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika* [Economic Analysis: Theory and Practice], 7 (22), pp. 49-56.
8. Minakov A.V. (2004) *Effektivnoe upravlenie byudzhethno-nalogovoi sistemoi kak vazhneishee uslovie povysheniya ekonomicheskoi bezopasnosti v Rossii. Dokt. Diss.* [Effective management of the fiscal system as the most important condition for improving economic security in Russia. Doct. Diss.]. Moscow.
9. Minakov A.V. (2004) Gosudarstvennoe vozdeistvie na sobiraemost' nalogov [State influence on the collection of taxes]. *Nalogi* [Taxes], 1, pp. 56-62.

10. Minakov A.V. (2005) Modeli analiza i prognozirovaniya nalogovoi bazy i nalogovykh postuplenii [Models of analysis and forecasting of the tax base and tax revenues]. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika* [Economic analysis: theory and practice], 10 (43), pp. 47-52.
11. Minakov A.V. (2011) Problema protivodeistviya korruptsionnym proyavleniyam v sisteme mezhbyudzhethnykh otnoshenii [The problem of counteracting corruption manifestations in the system of interbudgetary relations]. *Finansy i kredit* [Finance and credit], 18 (450), pp. 30-37.
12. Minakov A.V. (2011) Sistemnye problemy upravleniya byudzhethno-nalogovoi sistemoi pri obespechenii ekonomicheskoi bezopasnosti strany [Systemic problems of managing the fiscal system while ensuring the economic security of the country]. *Natsional'nye interesy: priority i bezopasnost'* [National interests: priorities and security], 7/12 (105), pp. 61-65.
13. Minakov A.V. (2013) Rol' inostrannogo investirovaniya v aktivizatsii innovatsionnoi deyatel'nosti v usloviyakh neopredelennosti [The role of foreign investment in activating innovation activity under conditions of uncertainty]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economics and Entrepreneurship], 11-2 (40), pp. 47-50.
14. Minakov A.V. (2014) Osobennosti sushchestvuyushchikh metodov diagnostiki nesostoyatel'nosti organizatsii [Features of existing methods for diagnosing the insolvency of organizations]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economics and Entrepreneurship], 11-2 (52), pp. 799-804.
15. Minakov A.V. (2014) Otsenka effektivnosti investitsionnoi strategii strakhovoi organizatsii [Evaluation of the effectiveness of the investment strategy of an insurance company]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economics and Entrepreneurship], 8 (49), pp. 522-526.