



Исследование рынка корпоративного страхования в Украине

iDEAS Consulting
Group
direction to knowledge®

2009

Ноябрь

1. Цели и задачи исследования

В настоящее время, в условиях финансового кризиса, классические страховые компании, которые ориентируются на розничный рынок, обращают внимание на развитие альтернативных каналов продаж, и в первую очередь на усиление позиций в корпоративном сегменте.

Целью настоящего проекта является исследование рынка корпоративного страхования на основании опросов предприятий из различных отраслей, которые являются реальными или потенциальными потребителями страховых услуг.

Украина, 01004, г. Киев,
ул. Пушкинская 25, 3-й этаж
+380 44 361 85 10
www.ideasgroup.com.ua
info@ideasgroup.com.ua

Александр Ткачук
+380 67 786 46 62
atkachuk@ideasgroup.com.ua

Денис Попко
+380 97 466 19 39
dpopko@ideasgroup.com.ua

Основной задачей исследования является сбор и анализ информации о ключевых параметрах рынка корпоративного страхования:

Сегменты рынка корпоративного страхования

- Сегментация рынка корпоративного страхования
 - Анализ реального, схемного и кэптивного страхования
 - Выделение клиентских сегментов в зависимости от характеристик предприятий
 - Анализ сегментов по видам страхования
 - Оценка уровня конкуренции в сегментах
- Анализ уровня проникновения страхования по сегментам (доля застрахованных предприятий, доля предприятий, не пользующихся страховыми услугами)
- Оценка потенциалов различных сегментов рынка корпоративного страхования

Страховые компании

- Уровень знания брендов в зависимости от сегментов
- Оценка долей рынка компаний в различных сегментах
- Оценка уровня удовлетворенности услугами страховых компаний

Корпоративные клиенты

- Схема принятия решения о страховании: тендеры, индивидуальное решение, коллегиальное решение, сотрудничество с брокерами
- Факторы выбора страховых компаний корпоративными клиентами: стоимость, надежность, знание бренда, опыт работы с компанией
- Анализ потребностей в страховании в зависимости от сегмента: виды страхования, риски
- Анализ удовлетворенности: причины и факторы удовлетворенности и неудовлетворенности предоставляемыми страховыми услугами
- Анализ лояльности: происходила ли смена страховой компании, причины смены страховщика
- Анализ потребительских ожиданий: доля предприятий, планирующих заключить или перезаключить договоры страхования в краткосрочном и среднесрочном периодах



2. Методология проведения исследования

2.1. ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Проведение исследования предусматривает следующие основные этапы:

Этап 1.

Предварительный анализ рынка и формирование выборки для интервьюирования предприятий

В рамках данного этапа проводится сегментация рынка корпоративного страхования, оценка и выделение сегмента кэптивного страхования.

По сегменту классического корпоративного страхования формируется выборка предприятий для последующего опроса, с учетом квот различных отраслей, регионов Украины.

Разрабатывается и согласовывается с Заказчиком анкета для проведения опроса.

По результатам данного этапа Заказчику предоставляется отчет, который включает

- предварительный анализ сегментов рынка корпоративного страхования,
- оценки кэптивного страхования,
- анализ ведущих игроков корпоративного рынка страхования,
- описание параметров и квот выборки предприятий для проведения опроса,
- согласованный формат анкеты для проведения опроса.

Продолжительность 1-го этапа исследования составляет 2-3 рабочих недели.

Этап 2.

Интервьюирование предприятий и анализ результатов

На данном этапе проводится непосредственное интервьюирование предприятий по телефону в соответствии с подготовленным списком вопросов. По итогам проведения телефонных интервью проводится систематизация и анализ полученных данных.

По результатам данного этапа Заказчику предоставляются исходные материалы интервью с менеджментом предприятий, а также финальный отчет с анализом рынка корпоративного страхования в Украине.

Продолжительность 2-го этапа составляет 6 рабочих недель.

2.2. МЕТОДИКА ОПРОСА ПРЕДПРИЯТИЙ

В ходе проведения опроса предприятий планируется интервьюировать по телефону лиц, которые в соответствующих компаниях задействованы в принятии решения о выборе страховой компании и приобретении страховых услуг.

ПАРАМЕТРЫ ВЫБОРКИ, СЕГМЕНТАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Планируется опросить предприятия из различных секторов экономики, за исключением компаний сектора государственного управления, а также компаний, входящих в финансово-промышленные группы, занимающихся кэптивным страхованием.

Выборка будет включать крупные предприятия (более 100 млн. грн. чистого дохода и более 250 сотрудников), средние предприятия (более 50 млн. грн. чистого дохода или более 50 сотрудников) и предприятия малого бизнеса (до 50 млн. грн. чистого дохода и менее 50 сотрудников).

Распределение выборки по регионам и отраслям будет соответствовать общей статистике ЕГРПОУ Госкомстата.

БЛОКИ ВОПРОСОВ ДЛЯ ИНТЕРВЬЮИРОВАНИЯ

В опросную анкету предполагается включить следующие блоки вопросов:

Страховые компании

- Знание брендов страховых компаний
- Опыт работы с конкретными страховыми компаниями
- Удовлетворенность услугами страховых компаний
- Лояльность к страховым компаниям

Страховые продукты

- Используемые страховые продукты
- Потребности в страховых покрытиях
- Потенциально интересные продукты

Клиенты

- Уровень расходов на страхование
- Факторы выбора страховой компании
- Схема принятия решения о покупке страховых услуг
- Перспективы расширения/снижения объема приобретаемых страховых услуг

2.3. Анализ данных опроса

Для анализа данных будут использованы статистические методы дисперсионного, корреляционного и регрессионного анализа.

На основании методов выборочного исследования будут получены оценки объемов и потенциалов сегментов рынка корпоративного страхования, рыночных долей страховых компаний по сегментам, уровня знания брендов, а также ряда других показателей по клиентским сегментам.

По результатам телефонных опросов Заказчику будет предоставлен массив данных опроса в формате MS Excel.

3. Результаты исследования

Аналитический отчет по результатам проведения исследования будет включать следующие блоки вопросов:

Анализ сегментов рынка корпоративного страхования: оценка объемов и потенциалов основных сегментов

- Классическое и кэптивное страхование
- По видам страхования
 - КАСКО
 - ОСАГО
 - Добровольное медицинское страхование
 - Страхование от несчастного случая
 - Страхование имущества
 - Страхование грузов
- По размеру бизнеса клиентов
 - Страхование крупного бизнеса
 - Страхование среднего бизнеса
 - Страхование малого бизнеса
- По отраслям экономики
 - Промышленность
 - Строительство
 - Торговля
 - Транспорт и связь
 - Гостиницы и рестораны
 - Сельское хозяйство

Анализ основных игроков рынка корпоративного страхования

- Доли рынка страховых компаний по сегментам
- Уровень знания брендов в зависимости от сегментов
- Уровень удовлетворенности услугами страховых компаний
- Уровень лояльности к страховым компаниям



Анализ клиентов

- Анализ схем принятия решения о приобретении страховых услуг
- Факторы выбора страховых компаний корпоративными клиентами
- Анализ потребностей в страховании рисков в зависимости от клиентского сегмента
- Анализ опыта работы со страховыми компаниями: причины и факторы удовлетворенности и неудовлетворенности предоставляемыми страховыми услугами
- Анализ количества страховых компаний-партнеров: доля предприятий, работающих с одной, двумя, тремя и более компаниями
- Анализ потребительской корзины предприятий: наборы страховых продуктов, потребляемых корпоративными клиентами
- Анализ причин и факторов смены страховой компании
- Анализ уровня расходов на страхование
- Анализ потребительских ожиданий: доля предприятий, планирующих заключить или перезаключить договоры страхования в краткосрочном и среднесрочном периодах

