

Куропаткина О. С., аспирант Всероссийской государственной налоговой академии
Министерства финансов РФ, г. Москва, Sha7797@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье в теоретическом аспекте рассматриваются определения экономических категорий «конкуренция» и «конкурентоспособность». Выделение различий в анализируемых определениях позволяют проанализировать их в контексте развития страхового рынка.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, страховой рынок, страховые организации.

Введение

Основы экономической политики Российской Федерации на современном этапе определяют необходимость решения задач, связанных с обеспечением конкурентоспособности российского рынка страховых услуг в целом и страховых организаций в частности. Это обуславливает рост интереса к трансформации страховых отношений и вызывает необходимость изучения вопросов конкуренции и конкурентоспособности в контексте анализа развития страхового бизнеса. Поэтому систематизация представлений о понятии рынка страховых услуг и исследование концептуальных подходов к определению конкуренции и конкурентоспособности страховых организаций является важной экономической и социальной задачей и представляет несомненный научный и прикладной интерес.

В этих целях в рамках настоящей статьи будут рассмотрены следующие аспекты:

- критическая оценка смыслового значения понятия «рынок страховых услуг»;
- определение содержания дефиниций «конкуренция» и «конкурентоспособность»

в целях выявления их специфики в ракурсе изучения развития страховых организаций.

Анализ смыслового значения понятия «рынок страховых услуг»

В целях освещения первого аспекта обозначенной проблемы обратимся к трактовке термина «рынок страховых услуг». Несмотря на частое употребление рассматриваемой экономической категории, как в научной литературе, так и в нормативно-правовых документах, устоявшейся точки зрения в отношении его содержания не существует.

Для определения понятия «рынок страховых услуг» отметим, что в литературе существуют многочисленные определения категории «рынок». Рынок существует как целостный, интегральный, комплексный экономический и социальный феномен, хотя наряду с этим уместно выделять различные его составляющие, такие как отраслевые рынки¹.

¹ Афанасьева Е. А., Шакина Е. А. Предмет конкуренции на страховом рынке: страховая услуга или страховой продукт // Страховое право. 2010. №3.

Одним из отраслевых рынков является и страховой рынок. Рынок, как система экономических отношений возмездного эквивалентного обмена, представлен двумя основными экономическими формами: формой товаров (продуктов труда) и заказного обмена в форме услуги (обмен деятельностью). Услуга — это не специфическая форма конкретного труда и не особая форма полезного результата этого труда, а специфическая экономическая форма общественной реализации труда в обмене. Услуга, в отличие от товара — это форма возмездного обмена труда в обществе непосредственно в виде полезной работы².

Страховая услуга — это одна из форм договорной реализации особых экономических отношений по поводу специфической страховой деятельности, для нее характерна прямая (субъект-объектная) и непосредственная связь между страховщиком и страхователем.

Категория «страховой рынок» вошла в деловой и научный оборот России вместе с переходом к рыночным методам управления экономикой на рубеже 1990-х годов. В экономической, в том числе страховой, науке имеется множество определений страхового рынка. Анализ существующих подходов к определению позволяет утверждать, что современные определения данной категории объединяет общее понимание его сущности как совокупности специфических *экономических отношений*.

Так, одни авторы рассматривают страховой рынок как форму организации экономических отношений по формированию и распределению страхового фонда для обеспечения страховой защиты общества³ или как совокупность *экономических отношений*, где объектом купли-продажи выступает

страховая защита и формируется предложение и спрос на нее⁴. Другие авторы, в том числе К. Е. Турбина, под страховым рынком предлагают понимать способ организации *экономических отношений*, в которых персонифицируется генеральная цель страхования и его основная экономическая цель для участников рынка посредством обмена страхового товара на деньги⁵.

Спрос на страховые услуги, по мнению того же автора, определяется двумя главными факторами: потребностью в страховании как в элементе риск-менеджмента хозяйствующего субъекта и отдельно взятого гражданина, а также покупательной способностью страхователей, позволяющей удовлетворить спрос на страхование путем приобретения страховой услуги.

Страховой рынок с позиции важного сегмента финансового рынка, представляющего собой совокупность страховщиков и иных субъектов страхового дела, принимающих участие в оказании страховых услуг, рассматривает Л. А. Орланюк-Малицкая⁶.

Однако, анализируя данное определение, необходимо отметить, что Закон «Об организации страхового дела в Российской Федерации» к субъектам страхового дела причисляет страховщиков, общества взаимного страхования, страховых брокеров и страховых актуариев. Такие важные участники страховых отношений, как страхователи, без которых не будет сформирован спрос на страховые услуги, в данном определении не рассматриваются, поэтому предлагается его более детальное уточнение.

Объективная основа развития страхового рынка — возникающая в процессе воспро-

² Бакиров А. Ф., Кликич Л. М. Формирование и развитие рынка страховых услуг. М.: Финансы и статистика, 2007.

³ Гомелля В. Б. Очерки экономической теории страхования. М.: Финансы и статистика, 2010.

⁴ Юлдашев Р. Т., Цветкова Л. И. Практика развития страхового бизнеса. М.: АНК ИЛ, 2011.

⁵ Теория и практика страхования / под ред. Турбиной К. Е. М.: АНК ИЛ, 2003.

⁶ Страхование / под ред. Орланюк-Малицкой Л. А., Яновой С. Ю. М.: Юрайт, 2010.

изводства потребность обеспечения бесперебойности финансово-хозяйственной деятельности и оказание финансовой поддержки в случае наступления непредвиденных неблагоприятных событий.

Так же как и рынок любых других товаров (работ, услуг), страховой рынок подвержен цикличности или экономически закономерным колебаниям в росте и снижении цен на страховые услуги.

Перечислим факторы, определяющие цикличность страхового рынка:

- привлечение избыточного капитала в страхование в благоприятные годы и, как следствие, снижение цен на страховые услуги;

- рост эффективности превентивных мероприятий, способных снизить негативные последствия неблагоприятных, непредвиденных явлений;

- относительное снижение последствий неблагоприятных событий в благоприятные годы;

- наступление катастрофических убытков, которые ведут к удорожанию стоимости страховой и перестраховочной защиты.

Основаниями для существования страхового рынка являются: свободная рыночная экономика; многообразие форм собственности; свободное ценообразование, связанное с расчетом тарифных ставок и формированием инвестиционного дохода; свобода выбора, зависящая от волеизъявления страхователя при заключении договора добровольного страхования, наличие конкуренции между страховыми организациями и т. д.

Таким образом, мы подходим к пониманию того, что конкуренция является важнейшим фактором развития рынка страховых услуг. Более того, без конкуренции рыночные отношения невозможны, так как она является важной предпосылкой упорядочения цен, стимулов инновационных процессов, причиной научно-технического, управленческого прогресса, возникающего при столкновении интересов производителей и потребителей.

Специфика содержания дефиниции «конкуренция» в ракурсе рассмотрения страховых организаций

Понятие «конкуренция», согласно исследованию Д. А. Микрюковой, появилось в XVII веке в процессе формирования политической экономии как науки, и затем усложнялось в процессе политико-экономических реалий⁷. Благодаря учению А. Смита термин «конкуренция» прочно и надолго закрепился в науке, прежде всего, экономической. Он методологически обогатил представления о конкуренции как о поведении экономических агентов на макро- и микроуровне рыночной среды.

Определение конкуренции, используемое в российской законодательной практике, построено согласно представлениям поведенческого подхода. Так, в соответствии с определением, данным в ст. 4 Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135 «О защите конкуренции», конкуренция представляет собой *соперничество* хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем рынке⁸.

Этот же подход использован при определении конкуренции в толковом словаре рыночной экономики, который определяет конкуренцию как «соперничество, соревнование между выступающими на рынке предприятиями, имеющие целью обеспечить лучшие возможности сбыта своей продукции, удовлетворяя разнообразные потребности покупателей⁹.

⁷ Микрюкова Д. А. Этапы развития неоклассической теории конкуренции // Вестник Московского университета. Экономика. 2007. № 6.

⁸ ФЗ от 26 июля 2006 г. № 135 «О защите конкуренции» в ред. от 06.12.2011.

⁹ Толковый словарь рыночной экономики. Издание 2-е дополненное. М.: Глория, 1993.

Таблица 1

Подходы к определению конкуренции

Подход	Характеристика	Представители
Поведенческий	Конкуренция как состязательность, соперничество, направленное на достижение результатов	К. Макконел, С. Брю
Функциональный	Конкуренция как сила, обеспечивающая взаимодействие спроса и предложения и уравнивающая рыночные цены	М. Портер
Структурный	Конкуренция как свойство рынка, основанное на степени зависимости общих рыночных условий от поведения отдельных участников	Э. Чемберлин, Дж. Робинсон, Г. фон Штакельберг

В рамках *структурного* подхода конкуренция рассматривается как определенное *рыночное состояние* и в этом значении — как ценообразующий фактор, предпосылка определенной модели ценообразования, которая может тяготеть к рынку совершенной конкуренции, несовершенной конкуренции, олигополистическому или же монопольному рынку¹⁰.

И третий подход (*функциональный*), определяет конкуренцию как функциональную сущность, которая выступает в качестве силы, обеспечивающей взаимодействие спроса и предложения и уравнивающей рыночные цены. Согласно мнениям сторонников данного подхода, в любой отрасли экономики, неважно, действует она только на внутреннем рынке или на внешнем тоже, суть конкуренции выражается пятью силами М. Портера. Значение каждой из этих сил меняется от отрасли к отрасли и в конечном счете предопределяет прибыльность отраслей.

Взаимная обособленность представленных подходов, по мнению Ю. Б. Рубина, становится абсолютно очевидной при обращении к сравнительному анализу источников, авторы которых представляют разные современные направления обособившихся отраслей науки, каждый из которых не опирается на общность понимания явлений, лежащих в основе анализируемой терминологии¹¹.

¹⁰ Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010. №3 (21).

¹¹ Там же.

Для структурирования представлений конкуренции, данных выше, в табл. 1 представлены их сравнительные характеристики, позволяющие упорядочить представления о содержании рассматриваемой экономической категории.

Анализ существующих многочисленных разработок в области теории конкуренции позволяет выделить следующую классификацию видов конкуренции (рис. 1), которые различаются по принципам и механизмам взаимодействия субъектов и объектов экономических отношений.

Безусловно, приведенная классификация общеизвестна, однако в целях анализа конкуренции на рынке страховых услуг ее изучение представляется весьма продуктивным. Конкуренция на рынке страховых услуг определяется как соперничество между страховыми организациями за долю страхового рынка, которое служит формой экономической связи между страхователем и страховщиком. Наличие конкуренции обеспечивает возможность выбора страхователем наиболее привлекательной страховой компании, подбора необходимой ему страховой услуги на выгодных условиях.

Страхователь свободен в выборе страховщика как по добровольным, так и по обязательным видам страхования (за исключением обязательного государственного страхования). Свобода выбора страховщика является одним из основных условий организации страхового дела на рыночной основе при наличии свободной конкуренции среди страховщиков. При этих услови-

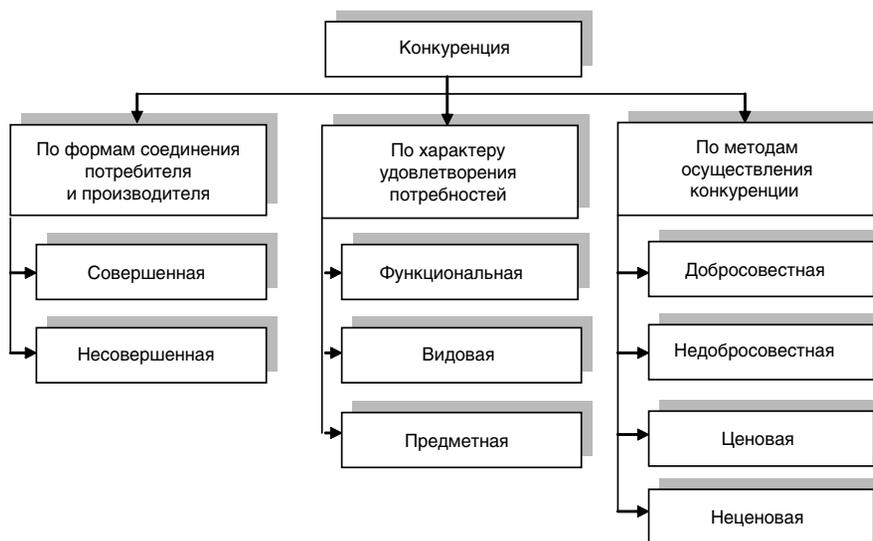


Рис. 1. Классификация конкуренции¹²

ях свобода выбора страховщика выступает способом противодействия внедрению монополизма на рынке страховых услуг.

В условиях конкуренции на рынке страховых услуг цена страхового товара формируется под влиянием соотношения спроса и предложения, т. е. основывается, как правило, на соглашении сторон и является договорной. Однако при обязательных видах страхования цена страхового товара может устанавливаться государством в фиксированных размерах.

Главным средством в конкурентной борьбе у страховых организаций является предложение новых *видов* страховых продуктов, отражающих возникновение новых потребностей страхователей. В частности, предложение страхования рисков утраты или повреждения пластиковых карт, титула собственности по договорам купли-продажи недвижимости и др.

Видовая конкуренция может сочетать в себе ценовые и неценовые методы. В основе ценовой конкуренции лежит цена страховой услуги или страховая премия. В по-

следние годы усиление ценовой конкуренции на российском рынке страховых услуг, проявляющейся в виде демпинговой политики, привело к финансовой неустойчивости многих страховых организаций и невозможности своевременной выплаты страховых возмещений (обеспечений). В связи с этим можно утверждать, что ценовая конкуренция в страховании весьма ограничена, поскольку между страховыми премиями и страховыми выплатами должен соблюдаться принцип экономического равенства при прочих равных условиях.

Неценовая конкуренция в страховании выдвигает на первый план дополнительные услуги, качественное послепродажное обслуживание страхователей, увеличение процентных ставок по банковским депозитам при заключении договора страхования жизни и др.

В настоящее время на рынке страховых услуг в традиционных видах страхования конкуренция развивается по таким направлениям, как:

- предложение разнообразных страховых продуктов, позволяющих вариацию различных комбинаций страховых рисков в интересах страхователей;
- снижение страховых тарифов в сравнении с другими страховыми организация-

¹² Пехтерев В. В. Конкурентоспособность российских компаний в условиях глобализации // Инновации и инвестиции. 2008. № 4.

ми благодаря сокращению расходов на ведение дела (РВД);

- улучшение качества предоставления страховых услуг и послепродажного обслуживания страхователей в рамках вопросов урегулирования убытков и решения страховых споров.

Можно утверждать, что чем выше уровень конкуренции на страховом рынке, тем эффективнее деятельность страховых организаций с точки зрения удовлетворения потребностей страхователей и интересов общества.

Конкуренция выступает как неперемная предпосылка развития страхового дела, расширения страховых услуг и повышения их качества, побуждает страховые организации разрабатывать и внедрять новые виды страховых продуктов, постоянно их совершенствовать, расширять ассортимент предлагаемых услуг, ориентированных на интересы конкретных социально-экономических групп населения, а также предприятий и организаций различных форм собственности.

Конкуренция — один из важнейших инструментов саморегулирования развития страхового рынка. Однако, учитывая технические особенности страхования и важность этого сектора экономики для полноценного и бесперебойного общественного воспроизводства, тенденция к образованию монополий на страховом и перестраховочном рынке достаточно велика. Их появление может быть связано как со стихийной тенденцией страхового рынка к выработке единых условий страхования, установлению единых страховых тарифов и т. п., так и с определенными мерами государственного регулирования, выражающимися в унификации условий страхования, введении обязательного перестрахования, обеспечивающего дальнейшую передачу страховых рисков перестраховочным организациям, введение государственной монополии на проведение определенных видов (как правило, социально значимых) страхования. Учитывая приведенные выше основания, государственное регулирование конкурен-

ции на страховом рынке является сложной и неоднозначной задачей¹³.

Основными формами государственного регулирования конкуренции на страховом рынке является недопущение каких бы то ни было соглашений между страховщиками, ограничивающими конкуренцию (в частности, устанавливающими дискриминационные условия для других страховщиков при проведении некоторых видов страхования среди определенного круга потребителей страховых услуг, или устанавливающими монопольно высокие или монопольно низкие страховые тарифы на проведение определенных видов страхования), недопущение контроля одним страховщиком и аффилированными с ним страховыми организациями над определенной долей страхового рынка, недопущение приобретения одной страховой организацией контрольных пакетов других страховщиков, проводящих те же виды страхования, что и страховщик-покупатель.

Согласно выводам зарубежных специалистов в области теории конкуренции, основные преимущества свободной конкуренции на страховом рынке состоят в открытости нововведениям, формировании конкурентоспособных цен и др. (табл. 2).

Таким образом, конкуренция является естественным атрибутом рыночных отношений, который предполагает непрерывный поиск путей повышения конкурентоспособности страховых организаций.

Особенности определения конкурентоспособности страховых организаций

Термин «конкурентоспособность» является непосредственной производной термина «конкуренция», поскольку состоит из двух слов (конкуренция и способность),

¹³ Теория и практика страхования / под ред. Турбиной К. Е. М.: АНКЛ, 2003.

¹⁴ Хаасен У., Ван дер Берг Л. Страхование в условиях рыночной экономики. М.: 1992.

Таблица 2

Особенности свободной конкуренции и жесткого административного регулирования в условиях страхового рынка¹⁴

Свободная конкуренция	Жесткое регулирование
Услуги, ориентированные на потребности рынка и удовлетворяющие реальные нужды клиентов	Стандартизованная бюрократическая и техническая продукция
Нововведения	Закостенелое давление с чрезвычайно ограниченными нововведениями
Отсутствие стандартизации услуг, значительный недостаток информации для потребителя	Транспарентность рынка
Конкурентоспособные цены	Выгодные и стабильные цены, конкуренция лишь в оказании услуг
Опасность деструктивной ценовой конкуренции и нестабильность	Высокостабильный рынок

сочетание которых с экономической точки зрения означает способность, возможность, состоятельность какого-либо субъекта хозяйственной деятельности либо его продукта не просто противостоять своим соперникам в процессе экономической состязательности, борьбы за платежеспособный спрос потребителей и овладение рыночной нишей, а суметь получить наибольший уровень дохода от этого противостояния, борьбы за счет повышения качества и эффективности использования имеющихся у него ресурсов, придания новых свойств и т. п.¹⁵

Если трактовать категорию «конкурентоспособность» в узком смысле, то на первый план выходят количественные и качественные характеристики производимого товаропроизводителями товара (работ, услуг) в сравнении со средними для рынка показателями затрат и качества поставляемых товаров. При этом, чем ниже средние индивидуальные затраты на производство товаров (работ, услуг) и выше их потребительские характеристики, тем выше уровень конкурентоспособности.

Что касается расширенной трактовки конкурентоспособности, то в этом случае имеют значение количественные и качест-

венные показатели производства, определяющие потенциальные возможности экономического роста.

Понятие «конкурентоспособность» многофункционально и может быть адекватно определено во взаимосвязи с категорией конкурентных преимуществ, которые могут выражаться через совершенствование качества продукции, эффективности использования имеющихся ресурсов, придания новых свойств и т. п. К таким преимуществам также можно отнести всю совокупность внутренних и внешних возможностей эффективного функционирования организаций и хозяйственных систем, которые могут быть частично реализованы при определенных обстоятельствах или не реализованы вовсе.

Европейский форум по развитию менеджмента трактует конкурентоспособность как способность предпринимателей в настоящем и будущем производить и продавать на национальном и мировом рынках товары, которые по цене и качеству более привлекательны, чем у иностранных или национальных конкурентов. Европейская Консультативная группа предлагает следующие определения конкурентоспособности:

- конкурентоспособность подразумевает элементы производительности, эффективности и прибыльности. Они не являются конечной целью, так как это мощное сред-

¹⁵ Мигранян А. В. Особенности развития конкурентоспособности страны на этапе перехода к рыночной экономике // Общество и экономика. 2004. № 10.

ство для повышения жизненных стандартов и общественного благосостояния, инструмент для достижения целей;

- конкурентоспособность является основой для повышения жизненных стандартов, уничтожения бедности, обеспечения работой безработных.

Общим для представленных определений конкурентоспособности является подход, заключающийся в том, что динамичное развитие экономики, повышение ее эффективности характеризуется конкурентными преимуществами, позволяющими повысить уровень жизни населения. То есть основной целью конкурентоспособности, судя по представленным определениям, является повышение качества жизни, а наиболее объемно и точно характеризует качество жизни населения индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП), который состоит из индикаторов гендерного неравенства, бедности, дохода, здоровья и образования. В качестве справочной информации отметим, что в конце 1980-х годов группой экспертов Программы развития ООН на основе концепции человеческого капитала была разработана новая концепция развития человеческого потенциала (Human Development). Она возникла в противовес традиционному пониманию развития как роста объема материальных благ и услуг.

Возвращаясь к целям конкурентоспособности, рассмотрим ее содержание применительно к рынку страховых услуг и отметим, что любые страховые продукты реализуются с целью удовлетворения общественных потребностей, которые выражаются в коллективных, групповых и индивидуальных страховых интересах. Эта реализация осуществляется на страховом рынке, где каждый страхователь приобретает именно тот страховой продукт, который наиболее полно удовлетворяет его страховые интересы. Таким образом, конкурентоспособность страховой организации следует определять как возможность реализации страховых продук-

тов на конкретном рынке с учетом имеющихся страховых интересов.

Понятие конкурентоспособности не имеет четкого единого определения. Вместе с тем вряд ли подлежит сомнению, что конкурентоспособность проявляется на рынке в ходе реальных экономических сделок, характеризуется универсальностью для различных предпринимательских структур и распространяется как на объект рыночных отношений (товар, услуга), так и на субъект (организация, отрасль, страна в целом)¹⁶.

При этом для понимания конкурентоспособности важно определить ее уровень: предпринимательской структуры (микроуровень), отрасли или группы отраслей (мезоуровень) или национальной экономики в целом (макроуровень).

Разделение понятия «конкурентоспособность» на уровни имеет в большей степени методологический аспект, поскольку в реальном деловом мире между ними (за редким исключением) существует теснейшая взаимосвязь. Однако такое разделение оправдано в связи с тем, что для каждого уровня конкурентоспособности применяются различные показатели, критерии и, естественно, разрабатываются различные рекомендации и предложения.

Предметом изучения понятия «конкурентоспособность» применительно к страховым организациям является микроуровень, в связи с этим оно в первую очередь связывается с эффективностью функционирования и предполагает наличие множества покупателей — физических и юридических лиц — потребителей страховых услуг.

Поскольку существенных противоречий в позициях исследователей на определение конкурентоспособности страховых организаций не просматривается, то правомерно их обобщение. Результатом синтеза является утверждение, что конкурентоспособ-

¹⁶ Бараненко С. П. Факторы конкурентоспособности предпринимательских структур // Путеводитель предпринимателя. Выпуск XII, 2011.

ностью обладают те страховые организации, которые эффективно функционируют и предоставляют страхователям (застрахованным) конкурентоспособные страховые продукты.

Заключение

Выделенные терминологические особенности понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» в контексте рассмотрения страховых организаций опосредуют их изучение в качестве взаимодополняемых экономических категорий. Это позволяет анализировать конкуренцию на страховом рынке с позиции необходимости обеспечения конкурентоспособности страховых организаций.

Список литературы

1. ФЗ от 26 июля 2006 г. № 135 «О защите конкуренции» в ред. от 06. 12.2011.
2. *Афанасьева Е. А., Шакина Е. А.* Предмет конкуренции на страховом рынке: страховая услуга или страховой продукт // *Страховое право*. 2010. №3.
3. *Бакиров А. Ф., Кликич Л. М.* Формирование и развитие рынка страховых услуг. М.: Финансы и статистика, 2007.
4. *Бараненко С. П.* Факторы конкурентоспособности предпринимательских структур // *Путеводитель предпринимателя*. Выпуск XII, 2011.
5. *Гомелля В. Б.* Очерки экономической теории страхования. М.: Финансы и статистика, 2010.
6. *Мигранян А. В.* Особенности развития конкурентоспособности страны на этапе перехода к рыночной экономике // *Общество и экономика*. 2004. № 10.
7. *Микрюкова Д. А.* Этапы развития неоклассической теории конкуренции // *Вестник Московского университета*. Экономика. 2007. №6.
8. *Пехтерев В. В.* Конкурентоспособность российских компаний в условиях глобализации // *Инновации и инвестиции*. 2008. №4.
9. *Рубин Ю. Б.* Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // *Современная конкуренция*. 2010. №3 (21).
10. *Страхование* / под ред. Орланюк-Малицкой Л. А., Яновой С. Ю. М.: Юрайт, 2010.
11. *Теория и практика страхования* / под ред. Турбиной К. Е. М.: АНКЛП, 2003.
12. *Толковый словарь рыночной экономики*. Издание 2-е дополненное. М.: Глория, 1993.
13. *Хаасен У., Ван дер Берг Л.* Страхование в условиях рыночной экономики. М.: 1992.
14. *Юлдашев Р. Т., Цветкова Л. И.* Практика развития страхового бизнеса. М.: АНКЛП, 2011.

O. Kuropatkina, Postgraduate Student, Tax Academy of the Russian Federation, Moscow, Sha7797@mail.ru

TERMINOLOGY DEFINING CHARACTERISTICS OF COMPETITION AND COMPETITIVENESS OF INSURANCE COMPANIES IN THE RUSSIAN INSURANCE MARKET

This paper discusses the theoretical aspect of the definition of economic categories «competition» and «competitiveness». Highlight the differences in the analyzed definitions allow the author to analyze the data categories in the context of the insurance market.

Key words: competitiveness, competition, insurance market, insurance companies.