

*С начала года страховщики повысили тарифы на добровольное медицинское страхование (ДМС) в среднем на 20%. Работодатели тем не менее предпочли сохранить для персонала полис ДМС, правда, в урезанном виде. Страховки лишились родственники, в том числе дети, также из программ исключили некоторые виды медпомощи. Кроме того, стали популярны антикризисные продукты с франшизой и элементами софинансирования со стороны работников.*

По данным ЦБ, общий объем премий в ДМС в 2014 году составил 124 млрд руб. Рынок вырос по отношению к 2013 году на 8% при медицинской инфляции в 12%. «По нашим оценкам, с 2009 года рынок ДМС растет только за счет инфляции. Реальное проникновение падает», – говорит директор по личному страхованию СОГАЗа Тамара Смирнова. Вице-президент группы компаний «Медси» Наталья Комарова считает, что рынок ДМС в этом году сократится на треть в регионах, минус по Москве составит порядка 4%.

По признанию страховщиков, ДМС – низкомаржинальный бизнес. «Это имиджевый, трудоемкий вид с существенными убытками – от 95–97%, а в настоящее время, с учетом кризиса, убыточность составляет от 98% до 105%, по отдельным договорам и 110%», – отмечает глава департамента личного страхования «Энергогаранта» Наталья Клименко. «У нас есть клиенты более убыточные, есть менее убыточные, но в целом портфель ДМС для нас прибыльный», – говорит исполнительный вице-президент группы «Ренессанс Страхование» Наталья Карпова. В «РЕСО-Гарантии» собственную рентабельность по ДМС оценили в 15–20%. «У нас нет цели удержать клиента любой ценой», – заявила «Деньгам» глава управления продуктов медстрахования «РЕСО-Гарантии» Марина Черноморова.

Падение рентабельности страховые компании компенсировали повышением тарифов. По данным Межрегионального союза медицинских страховщиков (МСМС), с начала года прибавка составила здесь 15–30%. Ряд страховщиков объясняют это ростом цен в лечебно-профилактических учреждениях (ЛПУ) на 10% и более. В группе «Ренессанс Страхование» и СОГАЗе сообщили, что тарифы увеличили не более чем на 10%, в «РЕСО-Гарантии» – что примерно на 25%, в «Росгосстрахе» – на 10–15%, в «АльфаСтраховании» – не более чем на 7%.

По мнению президента МСМС Дмитрия Кузнецова, численность клиентов страховых компаний, покупающих полисы ДМС, за последние годы устоялась. В большинстве

случаев (до 95%) это разного рода организации, для которых наличие соцпакета – обязательное условие найма работников. В целом, по данным МСМС, такой полис имеет около 10% населения.

На стоимость страховки влияет ряд параметров: сфера деятельности клиента, половозрастной состав персонала, наполнение программы, список выбранных лечебных учреждений. При этом разница в тарифах у страховщиков может быть существенной. В «РЕСО-Гарантии» рассказывают, что стоимость самой востребованной программы «Амбулаторная помощь» для коллектива в тысячу человек в регионах в среднем составляет примерно 8 тыс. руб. на каждого работника, в Москве – около 15 тыс. руб., в Санкт-Петербурге – около 12 тыс. руб. При численности персонала сто человек – примерно на 20% дороже. В СОГАЗе отмечают, что если в компании порядка тысячи сотрудников, то в Москве приличную программу можно сформировать исходя из 20 тыс. руб. на человека, если же сотрудников сотня – из 30 тыс. руб.

По признанию страховщиков, не все работодатели справились с повышением тарифов. «Есть незначительное число компаний, которые отказываются от ДМС, – в основном это небольшие компании с бюджетом на страхование до 1 млн рублей», – отмечает Наталья Карпова. Остальные клиенты сократили бюджеты и пересмотрели со страховщиками наполнение программ. Страховые компании предложили отказаться от дорогостоящих исследований, стоматологических и ряда амбулаторно-поликлинических услуг (массажи, некоторые анализы), исключили плановые госпитализации, заменили дорогие клиники более дешевыми, убрали из программ детей и других родственников сотрудников.

Страховщики предлагают антикризисные продукты, в том числе на условиях софинансирования, – когда работник берет на себя ту или иную долю взноса, а частные медучреждения, к примеру сеть клиник «Доктор рядом», удешевляют медицинские программы за счет того, что пакет ОМС дополняется услугами из пакета ДМС (выдача результатов анализов по Интернету, консультации по телефону). В «РЕСО-Гарантии» рассказывают о программе ДМС с франшизой, которая позволяет клиентам сэкономить от 20%. В «АльфаСтраховании» готовы предложить программы с 10-, 20- и 30-процентным участием застрахованного в оплате получаемой помощи. Группа «Ренессанс Страхование» разработала, кроме прочего, программу, предполагающую оказание только экстренной помощи. Страховое общество «Регион Союз» в антикризисной программе совместило два риска – экстренную госпитализацию и скорую помощь.

Большинство клиник выстраивают долгосрочные отношения со страховыми компаниями

и резко цены не поднимают (в частности, об этом «Деньгам» сообщили в «Медси»). Тем не менее страховщикам, владеющим собственными клиниками, проще контролировать урегулирование убытков. По словам гендиректора сети клиник «Доктор рядом» Владимира Гурдуса, на сегодня в медицинскую инфраструктуру инвестировали «АльфаСтрахование», «РЕСО-Гарантия», «Ингосстрах», «Альянс».

По мнению Гурдуса, основная цель такого рода проектов – «урегулирование убытков для себя», хотя многие клиники пытаются уйти от зависимости от единственного страховщика.

Как рассказала «Деньгам» замглавы «Ингосстраха» Татьяна Кайгородова, ее компания около десяти лет назад задумалась, каким образом можно влиять на себестоимость и цену медицинских услуг и вместе с тем обеспечивать застрахованных по ДМС качественной медпомощью. В 2014 году клиники «Будь здоров» принесли «Ингосстраху» почти 3 млрд руб. выручки, причем 95% этой суммы пришло от страховых компаний.

Страховщики используют и другие способы оптимизации, связанные с сервисной составляющей. «У нас есть своя сервисная компания, имеющая медлицензию, которая гарантирует нам оптимальный подбор ЛПУ под каждую программу, способна расширить ДМС: организовать медосмотры, разовую услугу (например, высокотехнологичную операцию), лечение за рубежом», – говорит гендиректор «Регион Союза» Владимир Звягин.

Источник: [Коммерсантъ-Деньги](#), № 21, 01.06.15

Автор: Николаева Д.