

Страховщики должны оставить все разногласия в стороне и объединиться для написания Стратегии развития страхового рынка до 2020 года. По мнению главы Всероссийского союза страховщиков Андрея Кигима, «главным героем» этого документа станет в первую очередь простой человек, его потребности, а не интересы страховых компаний.

Предполагается, что новый документ будет базироваться на трех основных принципах. Первый – государство должно убедиться, что страховщики готовы стать частью системы социальной защиты и гарантий; второй – защита прав потребителей; третий – развитие самой отрасли.

Генеральный директор «Ингосстраха» Александр Григорьев также высказался за доминирующее место потребителя в новой стратегии и добавил, что она должна быть в первую очередь направлена на развитие отрасли, а не на регулирование, как это было с предыдущим документом.

По словам Александра Григорьева, у нас в стране до сих пор не определена ни стратегия финансового рынка, ни его составляющих: пенсионного, фондового, страхового рынков. В цивилизованных странах страхование жизни – это самый большой источник долгосрочных финансовых ресурсов государства. В России он почти полностью отсутствует. Причины этого вполне понятны: население, слабо доверяющее государству, не желает страховаться на долгосрочную перспективу. Страховщики уже 10 лет бьются за то, чтобы государство хотя бы обратило внимание на рынок страхования жизни.

Сегодняшний активный интерес Сбербанка и ВТБ к этому сегменту заставил экспертов говорить о том, что в этой сфере наконец-то возможны изменения. Речь идет о долгосрочных накопительных программах, в которых люди участвуют осознанно и добровольно. И единственным средством, которое могло бы реально переломить недоверие людей, является налоговая льгота. Например, можно было бы освободить человека от уплаты части НДФЛ с условием, что эти деньги идут на страхование его жизни. Это, конечно, дополнительная нагрузка на бюджет, но отдачу можно будет наблюдать достаточно скоро, уже на второй год после старта программы. Развитие

страхования жизни нужно не столько страховщикам, сколько самому государству, потому что через несколько лет о кризисе пенсионной системы недостаточно будет только говорить, придется что-то реально делать.

По данным агентства «Эксперт РА» и Национального агентства финансовых исследований (НАФИ), в 2011 году объем рынка розничного страхования достиг рекордной величины – 310 млрд рублей, увеличившись по сравнению с 2010 годом на 20%. Однако до сих пор на российском розничном рынке сохраняется перекос в сторону автострахования. В 2011 году доля этого сегмента составляла порядка 70%. Доля прочих видов, связанных с банкострахованием, увеличилась до 20% (с 5% в 2005 году). Доля оставшихся видов (в том числе страхования имущества физических лиц, страхования выезжающих за рубеж, ДМС) оставалась неизменной (10–12%) на протяжении 7 лет. Структура рынка может существенно измениться под воздействием следующих факторов: введение налоговых льгот в страховании жизни, введение обязательного противопожарного страхования, развитие муниципальных программ страхования жилья.

Что касается автострахования, то почти половина владельцев полиса ОСАГО являются постоянными клиентами своей страховой компании и покупают уже третью и более страховку (среди владельцев страхования каско таких почти в два раза меньше). По самоотчетам респондентов, страховой случай произошел с каждым четвертым владельцем полиса автострахования, большинство из них (около 80%) довольны проведенным урегулированием и намерены продлить страховку в той же страховой компании. Ведущие мотивы выбора ОСАГО и страхования каско существенно отличаются: при выборе ОСАГО учитывают надежность страховщика (55%), рекомендации (29%) и стоимость полиса (28%), а для страхования каско на первое место выходит цена вопроса (54%), становятся важными репутация компании (36%) и хороший уровень обслуживания (33%).

Владельцы страховых полисов на недвижимость чаще всего страхуют риски пожара (91%), повреждения водой и кражи (по 63%). Основные критерии выбора страховщика – репутация компании (51%), уровень обслуживания (31%), а также наличие необходимого набора услуг и успешный опыт взаимодействия в прошлом (по 28%).

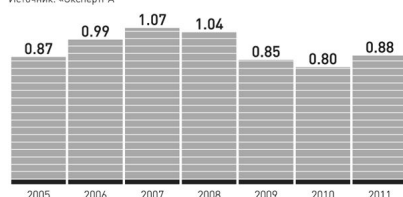
Как показал опрос, большинство потребителей страховых услуг ВЗР полис покупали в офисе страховой компании (42%) и визовом центре, турагентстве (39%). Выбор страховщика определяется репутацией компании (35%), стоимостью полиса (28%), наличием необходимого набора услуг (27%) и удобством расположения офиса (26%).

Большие надежды страховщики связывают с законом об обязательном страховании перевозчиков, который вступает в силу с 1 января 2013 года. Однако, по мнению экспертов, объем рынка в этом сегменте будет несопоставим с другими рынками обязательного страхования и составит всего несколько миллиардов рублей.

По закону страховая выплата за причинение вреда жизни пассажира составляет 2,025 миллиона рублей, здоровью пассажира – 2 миллиона рублей, имуществу пассажира – 23 тысячи рублей. Если перевозчик застрахован в рамках международных соглашений и лимиты по договору превышают обязательную страховку, то он может не заключать договор обязательного страхования.

По мнению Александра Григорьева, основными клиентами страховщиков по новому виду страхования станут владельцы «Газелей» и автобусов, осуществляющих пассажирские перевозки. Григорьев провел аналогию этой категории перевозчиков с туристическим рынком, где с июля вступили в силу новые требования к финансовому обеспечению туроператоров. Из 45 крупнейших туроператоров лишь 13 увеличили объем финансового обеспечения до уровня свыше 100 миллионов рублей, а оставшиеся сохранили объем гарантий на уровне 100 миллионов рублей.

ДИНАМИКА ДОЛИ РАСХОДОВ НА СТРАХОВАНИЕ
ОТ СОВОКУПНЫХ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ, %
Источник: «ЭкспертРА»



Источник: [Российская бизнес-газета](#) , № 28, 31.07.12

Автор: Евпланов А.