

Компании IT, банковского сектора, ритейла и торговли, согласно статистике «АльфаСтрахование», чаще всего обеспечивают своих сотрудников полисами добровольного медицинского страхования.

Высокая степень конкуренции, как в основной сфере деятельности, так и на рынке труда, является для работодателя главным стимулом покупки полисов ДМС для сотрудников. Именно поэтому медицинское страхование крайне востребовано среди IT-компаний (до 30% в портфелях страховщиков) и чуть меньше у банковского сектора. Порядка 15% портфеля рыночных страховщиков занимают компании ритейла и торговли, столько же финансово-юридический консалтинг. Остальные отрасли представлены в меньшей степени. Тяжелая промышленность и добывающая отрасль сосредоточены в своих кэптивных страховых компаниях, у рыночных страховщиков их значительно меньше.

«Если компании конкурируют друг с другом за работников, то договор ДМС – практически обязательный атрибут их соцпакета, – говорит Александр Лапунов, директор департамента андеррайтинга и методологии ДМС АО «АльфаСтрахование». – При этом лишь 2% компаний от общего числа организаций, обеспечивающих своих сотрудников полисами ДМС, приобретают медицинскую страховку и для их родственников (детей и/или ближайших членов семьи). Чаще всего это все те же IT-компании, а также крупный бизнес с зарубежным капиталом».

По прогнозу эксперта, в будущем востребованность программ ДМС будет увеличиваться в тех отраслях экономики, которые будут демонстрировать наибольший рост. Самыми популярными на рынке ДМС являются комплексные программы, которые включают в себя все риски: амбулаторно-поликлиническое и стоматологическое обслуживание, а также плановую и экстренную госпитализацию.

«В портфеле «АльфаСтрахование» есть огромные компании с относительно скромными аппетитами и маленькие с программами «все включено». Варьируя наполнение программ, в том числе комплексных программ в части набора лечебных учреждений, можно покрывать довольно большой диапазон бюджетов», – отмечает Александр Лапунов.

Несмотря на большое количество запросов на услуги телемедицины, пока немногие компании включают эту опцию в свои программы добровольного медицинского страхования. Чекапы также постепенно набирают популярность, но в целом ситуация схожа с телемедициной: на сегодняшний день это скорее модное веяние, чем опция, которую ожидает осмысленное использование.

Компании, которые демонстрируют более осознанный подход, заинтересованы в приобретении программ управления здоровьем персонала. В их основе лежит ориентация на превентивную медицину, то есть предупреждение развития заболеваний у сотрудников. «Предприятия, которые озабочены повышением уровня здоровья своих коллективов, разрабатывают вместе с нами очень сложные, зачастую многолетние программы с элементами выявления рискованных сегментов и их профилактики. Мы помогаем им грамотно инвестировать в здоровье людей: осознанная забота о физическом и психологическом состоянии персонала снижает количество дней нетрудоспособности и повышает эффективность бизнеса», – отмечает Александр Лапунов.

Источник: Википедия страхования, 03.10.2019