

*Страховой рынок потерял внешние импульсы развития. Ближайшие несколько лет компании будут бороться за прибыль, формировать новые каналы продаж и надеяться, что люди начнут беспокоиться за свою жизнь.*

В середине мая журнал и аналитический центр «Эксперт-Урал» собрали традиционный круглый стол для страховщиков. Это мероприятие становится неким ответом участников рынка на наш ежегодный рейтинг, в котором мы вместе с коллегами из «Эксперта РА» приводим свою точку зрения на основные вызовы, описываем риски и делаем прогнозы на среднесрочную перспективу. Тема на сей раз звучала так – «Страховой рынок: общая тревога и новые возможности для решительных действий». Атмосфера была напряженной. Один из топ-менеджеров в ходе дискуссии вздохнул: «Впервые за долгую карьеру в страховании мне в голову пришла мысль, ту ли я выбрал профессию». А на следующий день после круглого стола в плотных слоях атмосферы сгорел очередной «Протон-М» с общим лимитом ответственности по страховке в 7,8 млрд рублей.

### ***В очередь за полисом***

Причины для грусти у страховщиков действительно есть.

– 2013 год был одним из самых сложных с начала кризиса. Рентабельность собственных средств за последние пять лет опустилась до минимального значения и составила 6,1%, рентабельность активов – 2,4%, – комментирует заместитель руководителя отдела рейтингов страховых компаний «Эксперта РА» Наталья Данзурун. – В 2014-м темпы прироста взносов вряд ли окажутся высокими (по оптимистичному прогнозу – 9%, по пессимистичному – 3%), а значит, об увеличении прибыльности речи не идет.

Директор екатеринбургского филиала компании «СОГАЗ» Кирилл Селезнев считает, что даже 3% – это оптимистично.

Падение рентабельности объяснимо: в 2013-м премии по стране приросли на 11,5%, а выплаты – на 13,1%. Урал на этом фоне выглядит страдальцем: первый показатель – 6,5%, второй – 21,2%.

Масла в огонь подливает президент Всероссийского союза страховщиков (ВСС) Игорь Юргенс. По его словам, усредненный комбинированный коэффициент убыточности (ККУ) компаний в целом по стране в 2013-м составил 99,9% (в 2012-м – 98,8%), в 2014-м может подняться до 102%. Самая «горячая точка» – автострахование. Фирмы с долей моторных видов в сборах больше 50% показывают ККУ в 110,5%. В 2014-м, считают в ВСС, цифра достигнет 115%.

Мы намеренно оставим за рамками обсуждения каско (здесь все решает рынок) и сосредоточимся на ОСАГО. Обязательная «автогражданка», несмотря на относительно небольшой размер (взносы по России – около 135 млрд рублей в 2013-м, объем всего рынка страхования – 905 миллиардов, по сравнению с другими финансовыми рынками, например депозитов, сумма ничтожная), является мощным социальным раздражителем. Любые изменения в этой области моментально разжигают ожесточенную дискуссию.

Последние три года страховщики непрестанно говорили: базовые тарифы ОСАГО необходимо повышать. С 2003-го (тогда был принят закон об «автогражданке») они не претерпели никаких изменений, а стоимость восстановительного ремонта выросла в 2–2,5 раза. Противостояние бизнеса и властей достигло пика в прошлом году, когда Госдума в первом чтении приняла поправки, согласно которым максимальная сумма по ущербу «железу» увеличивается с сегодняшних 120 до 400 тыс. рублей, здоровью – со 160 до 500 тысяч.

В начале 2014-го с рынка ОСАГО ушли несколько компаний. Оставшиеся (за редким исключением) либо резко сократили объем выдачи полисов, либо стали навязывать дополнительные услуги.

«Бунт» страховщиков привел к тому, что Центробанк в конце апреля предложил увеличить базовые ставки тарифов ОСАГО на 18,9–23,6%.

– Этого явно недостаточно, – сетует директор филиала компании «Росгосстрах» в Свердловской области Вадим Каточиков. – Например, на Среднем Урале тарифы надо увеличивать в полтора раза. Бытует заблуждение, что мы зарабатываем на «автогражданке». Такой вывод делают, сравнивая всего две цифры – объем взносов и выплат. Собрали 135 млрд рублей, а отдали – 78 миллиардов. Где остальные деньги?

Простым арифметическим примером нельзя посчитать рентабельность. В статистику, например, не попадают отчисления для формирования резервов будущих выплат и в фонд Российского союза автостраховщиков (РСА), судебные издержки, которые составляют 15–20% к официальной убыточности, и расходы на ведение дел.

Председатель Союза страховщиков Уральского региона «Белый соболь» Олег Цыпулин отмечает, что в США за последние пять лет стоимость «автогражданки» увеличилась в два раза и сейчас ее средняя цена в пересчете на рубли – около 64 тысяч.

Страховщики указывают, что вокруг ОСАГО за последние годы сформировалось два доходных рынка – независимой экспертизы и юридических услуг. Оценщик за калькуляцию в среднем берет 5 тыс. рублей. В случае судебного запроса аппетиты резко возрастают: за свои услуги он может попросить 10–20 тыс. рублей. Та же неразбериха с величиной ущерба. Один эксперт может насчитать 10 тысяч, другой – 50.

– Юристы сегодня никого не боятся, – замечает директор екатеринбургского филиала «Московской акционерной страховой компании» Владимир Невзоров. – Доходит до того, что они ловят автолюбителя на входе в страховую, дают ему деньги на ремонт, а потом представляют якобы недовольного клиента в суде.

Директор екатеринбургского филиала компании «Ингосстрах» Наталья Вагина рассказывает любопытную историю:

– Одной из наших клиенток юристы заплатили 15 тыс. рублей и сказали, чтобы она к нам не ходила. Мол, мы ее обманем, денег дадим мало. Через некоторое время ей пришла квитанция из налоговой на 13 тыс. рублей. Все дело в том, что человек, отсудивший у страховщика сумму сверх положенной за ремонт, должен заплатить с нее подоходный налог. Юристы насутяжничали плюсом 100 тысяч. Дикость ситуации заключается в том, что на ОСАГО богатеют даже не клиенты, а некое сообщество, паразитирующее на системе «автогражданки». И суды не особо этому препятствуют. В среднем урегулирование спора занимает три минуты. Как за это время можно вникнуть в суть дела? Немудрено, что подавляющее большинство решений принимается в пользу страхователя. Из судов исчезла состязательность как таковая.

Еще один существенный негативный эффект от неадекватно дешевого ОСАГО – дорогое каско. За год полис подорожал на 15–20%. Люди снова видят тарифы в 7–11%. «Все беды от того, что чиновники считают, что они понимают в ОСАГО лучше, чем страховщики с многолетним стажем, – уверен Кирилл Селезнев. – В итоге финансовый продукт стал жить по законам потребительского рынка, что неправильно».

– Когда глава «Ингосстраха» Александр Григорьев уходил со своего поста, он опубликовал ряд статей, в которых выразил свое мнение по поводу сложившейся ситуации, и я с ним полностью согласен, – продолжает советник генерального директора СК «Екатеринбург» Александр Хромаков. – Он пишет, что за десять с лишним лет в нашей стране так никто толком и не разобрался, что такое ОСАГО и как им пользоваться – ни правительство, ни Дума, ни страхователи, ни даже часть страховщиков. Многие вопросы до сих пор остаются без ответа. Например, почему Минтранс с 2003 года так и не выпустил единую методику урегулирования убытков, где было бы все четко и ясно написано: нормочас – такой-то, движения по ремонту – такие-то, мероприятия следующие. И тогда исчез бы сам предмет спора по размеру ущерба. Это касается не только ОСАГО, но и остальных видов. Если бы нормотворчество соответствовало реалиям, рынок стал бы цивилизованным.

Непонимание со стороны чиновников и прочих потребителей действительно просматривается. То и дело в СМИ просачиваются заявления вроде «страховщики в начале 2000-х накопили достаточно средств, пусть теперь их и используют для выплат». Такую позицию сложно назвать корректной, поскольку компании для входа в систему ОСАГО вынуждены были как минимум вложить существенные средства в развитие инфраструктуры продаж.

Страховщики признают, что единственный вариант сокращения издержек – стараться урегулировать максимальное число споров в досудебном порядке. Это отражает и статистика: доля отказов по отношению к заявленным случаям по ОСАГО в стране снизилась с 4,4% в 2012-м до 3,4% в 2013-м.

Подытожим. Десять лет назад ОСАГО стало драйвером рынка. Оно резко увеличило проникновение страховой услуги и способствовало повышению доверия к ней. «До 2003-го редкая птица залетала к нам в офис», – подтверждает Вадим Каточиков. Но к 2013-му парадигма резко изменилась: «автогражданка» превратилась в источник проблем и недовольства со стороны потребителей.

Об ОСАГО сегодня слишком много говорят, но дела мало. Власти пытаются балансировать между потребителями и страховщиками. В принципе эта ситуация характерна не только для рынка «автогражданки», но и для всей российской экономики в целом. Как мы недавно писали, чиновники все же склоняются к успокоению домохозяйств, поддерживая сложившуюся в посткризисные годы модель потребительно ориентированного роста. Однако половинчатая политика приводит к неудовлетворенности всех заинтересованных сторон.

На наш взгляд, базовый тариф по ОСАГО можно и не трогать вовсе. Но в таком случае эффективным должен стать механизм формирования региональных коэффициентов. Этот инструмент кажется нам перспективным потому, что территории показывают разные показатели по числу страховых случаев, мошенничеств, средних выплат и т.д.

– Сегодня надо думать не о том, что повышение тарифа – зло, а что неповышение тарифа – зло, – резюмирует Наталья Вагина. – И если мы не получим цивилизованный закон со справедливой ценой, который удовлетворит клиентов, то завтра люди пойдут на митинг не из-за того, что нужно много платить за страховку, а потому что просто не смогут ее купить.

Страховщики полусерьезно говорят: мы готовы отдать ОСАГО на откуп РСА, пусть это будет его головной болью. А ФАС, кстати, всерьез предлагает передать всю ответственность по урегулированию в специализированный союз, а страховщиков превратить в агентов за 20% комиссии.

## ***Страховбанки***

Итак, ОСАГО уже вряд ли когда-либо вновь станет двигателем рынка страхования. Других внешних импульсов (например, введения новых обязательных видов) тоже не просматривается. Потому нужны внутренние драйверы. Главный из них, похоже, – развитие инфраструктуры. Месяц назад мы писали, что страховые компании начали активно практиковать модель продажи продуктов через банки и нестраховых посредников.

– Мы стоим на пороге кардинального изменения парадигмы продаж, – уверен Вадим

Каточиков. – У населения появился минимальный интерес к страхованию, просматривается некоторая перспектива. Все крупные игроки финансового рынка осознали: если сейчас они не запрыгнут в эту лодку, то останутся на задворках. Скоро мы станем свидетелями слияния каналов продаж, кроссирования всех банковских и страховых услуг. Это будет совершенно другой мир, другая игра.

Этот прогноз кажется нам правдоподобным. Подтверждение – сформированные за последние пять лет связки «Сбербанк – Сбербанк страхование», «Альфа-Банк – АльфаСтрахование», «Росгосстрах – Росгосстрах Банк», «Газпромбанк – СОГАЗ», «ВТБ – ВТБ Страхование» и т.д.

– Одна беда: все забыли про закон о защите конкуренции, – добавляет ложку дегтя Владимир Невзоров. – Сегодня мы наблюдаем жесткое регулирование страховых услуг со стороны банков: хочешь кредит – купи у нас полис. Нет, формально приличия соблюдаются: при крупных банках есть пул аккредитованных компаний, но акцент делается на «избранных». ФАС закрывает на это глаза. В скором будущем мы придем к тому, что независимые компании банкострахованием заниматься перестанут.

Мы не можем до конца согласиться с Владимиром Невзоровым. Его суждение скорее применимо к прежней парадигме продаж. Но теперь один менеджер, вероятно, будет отвечать и за страховое, и за банковское предложение. В таких условиях нам кажется очевидным и естественным, что альтернативные страховщики окажутся в невыгодном положении. Слияние услуг приведет к тому, что конкуренция поднимется на уровень выше: бороться будут не страховщики внутри одного банка, а фингруппы между собой.

На наш взгляд, процесс слияния услуг – благо для рынка. По данным Национального агентства финансовых исследований, люди банкам доверяют куда больше, чем страховщикам, а значит, продвижение продуктов последних через канал первых станет проще.

Логичным следствием появления финансовых «супермаркетов» станет специализация страховщиков. Место универсалов займут холдинги, остальные распределятся по нишам. И соответственно, будут работать с небанковскими каналами продаж. Так, СК «Екатеринбург» развивает каско, активно внедряя менеджеров в автосалоны. Компания показала прирост премий в этом сегменте в 2013 году почти в 65%. «Мы стараемся работать только в тех сегментах, которые понимаем, – комментирует Александр

Хромаков. – Например, японские и немецкие автомобили. Мы знаем, как здесь урегулируются убытки, и с рентабельностью все в порядке. В то же время у нас в портфеле минимальное количество договоров каско с владельцами китайских машин или машин «АвтоВАЗа».

Но здесь возникает еще один вопрос – как защитить нишу. Крупный федеральный игрок, имеющий запас прочности и зашедший на поляну специализированных мелких и средних компаний, может разорить их демпингом. Выход, по мнению Вадима Каточикова, в регулировании узких сегментов: «Пирог можно разрезать разными способами. Поделим на три куска – всем будет что поесть, на 33 – никому. Например, в США регулятор не пускает в штат Техас огромную империю Lloyd's. Чтобы аккредитовать страховую компанию в Штатах, придется ждать несколько десятков лет. И это страна с самой рыночной экономикой в мире. Почему мы должны идти по иному пути?»

Еще одним драйвером рынка может стать небанковское страхование жизни (около 40% от всего сегмента страхования жизни).

– Сегодня все заиклены на автостраховании, – комментирует Вадим Каточиков. – И это объяснимо: «моторные» виды понятны простому человеку, который каждый день сталкивается с авариями на дорогах. Но если наша экономика будет развиваться, благосостояние – укрепляться, то рано или поздно люди поймут, что машина – это всего лишь железяка на колесах, а защищать нужно самое ценное – себя. И пусть пока объем классического страхования жизни не так велик (примерно 30–33 млрд рублей по России. – Ред.), именно оно – наиболее перспективное направление. Этот сегмент прирастает на 50–60% в год. Есть надежды, что через два-три года показатель может еще увеличиться. Не за горами время, когда страхование жизни догонит ОСАГО.

На наш взгляд, необходимыми условиями ускоренного развития классического инвестиционного страхования жизни являются налоговые льготы и закрепление на законодательном уровне возможности инвестировать резервы в различные инструменты.

***Уйти в себя***

Аналитики «Эксперта РА», подводя итоги 2013 года, пишут: ведущая стратегия компаний на среднесрочную перспективу – «тише едешь – дальше будешь». Страховщики полностью поддерживают этот прогноз.

– Рост бизнеса не всегда полезен, – замечает Владимир Невзоров. – Наш филиал четвертый год собирает почти одно и то же количество денег. Но в то же время прибыльность постоянно растет. Мы нацелены на удержание позиций, но не на захват новых рынков. Идти на чужое поле сегодня слишком затратно и рискованно.

По словам Натальи Вагиной, у «Ингосстраха» ведущая цель – поддерживать маржинальные виды. Правда, в компании понимают риски сокращения рынка каско и все же прикладывают усилия, например, к развитию страхования имущества физических лиц. Принципиальный момент в настоящей и будущей стратегии компании – не заниматься банкострахованием, а обращать внимание на ниши, где клиент предпочитает тарифу сервис и надежность компании.

– Самый главный пункт нашей стратегии – тариф должен вытекать из статистики, – говорит Наталья Вагина. – И не важно, что по ценам в некоторых видах мы на 30–50% выше демпингующих компаний. Мы не будем подгонять ее к средним показателям по рынку, для нас важна рентабельность и ответственность за взятые перед клиентами обязательства.

Несколько выбивается из стройной картины стратегия «Северной казны». По словам заместителя генерального директора компании Татьяны Туниной, страховщик намерен наращивать число подразделений и агентов-физлиц. Последних планируют подбирать у уходящих с рынка игроков.

Сейчас страховщики живут в ожидании 1 июня. Почему-то считается, что именно тогда произойдут первые изменения в ОСАГО – будут повышены максимальные выплаты по «железу» и базовый тариф. Хотя на момент материала в печать законопроект не прошел еще даже второго чтения.

## **Параметры рынка автокаска**

Регион

В 2013 году

Прирост за год

Уровень выплат

Премии, млн руб.

Цена 1 договора, тыс. руб.

Премии на 1 жителя, руб.

Кол-во договоров на 1000 чел.

Премии

Кол-во договоров

Выплаты

2013 г.

2012 г.

Тюменская область

5114

41,4

1442

35

8,40%

2,80%

31,10%

67%

56%

Свердловская область

6608

37,9

1529

40

8,90%

4,60%

32,40%

74%

61%

Челябинская область

4053

24,5

1161

47

6,10%

19,60%

28,30%

84%

69%

Республика Башкортостан

3037

34

746

22

18,70%

12,30%

33,00%

64%

57%

Пермский край

2811

40,7

1067

26

7,20%

2,00%

27,90%

76%

64%

Оренбургская область

1630

34,3

812

24

15,40%

9,90%

29,30%

83%

74%

Удмуртская Республика

1365

31,9

900

28

10,70%

4,10%

31,10%

66%

56%

Курганская область

307

17

350

21

-1,50%

49,10%

33,90%

73%

54%

Урал

24924

34,1

1109

32

9,60%

9,20%

30,60%

73%

62%

РФ

212307

43

1478

34

8,70%

1,70%

24,00%

73%

64%

*Источник: расчет АЦ «Эксперт-Урал» на основе данных Банка России, Госкомстата*

## Параметры рынка ОСАГО

Регион

В 2013 году

Прирост за год

Уровень выплат

Премии, млн руб.

Цена 1 договора, тыс. руб.

Премии на 1 жителя, руб.

Кол-во договоров на 1000 чел.

Премии

Кол-во договоров

Выплаты

2013 г.

2012 г.

Тюменская область

5116

3,8

1443

381

8,40%

7,50%

24,00%

48%

42%

Свердловская область

4541

3,4

1051

312

9,40%

4,60%

22,20%

58%

52%

Челябинская область

3832

3,3

1098

337

8,60%

8,90%

25,20%

72%

62%

Республика Башкортостан

3166

3

778

256

5,00%

-1,80%

14,70%

65%

60%

Пермский край

2378

3,5

902

255

6,40%

5,50%

22,50%

52%

46%

Оренбургская область

1537

2,6

765

294

11,30%

0,40%

16,30%

69%

66%

Удмуртская Республика

1060

2,7

699

260

12,70%

4,50%

24,00%

62%

56%

Курганская область

512

2

584

286

5,60%

-2,20%

19,60%

71%

63%

Урал

22143

3,2

986

304

8,20%

4,30%

21,40%

60%

53%

РФ

134248

3,2

934

295

10,80%

4,00%

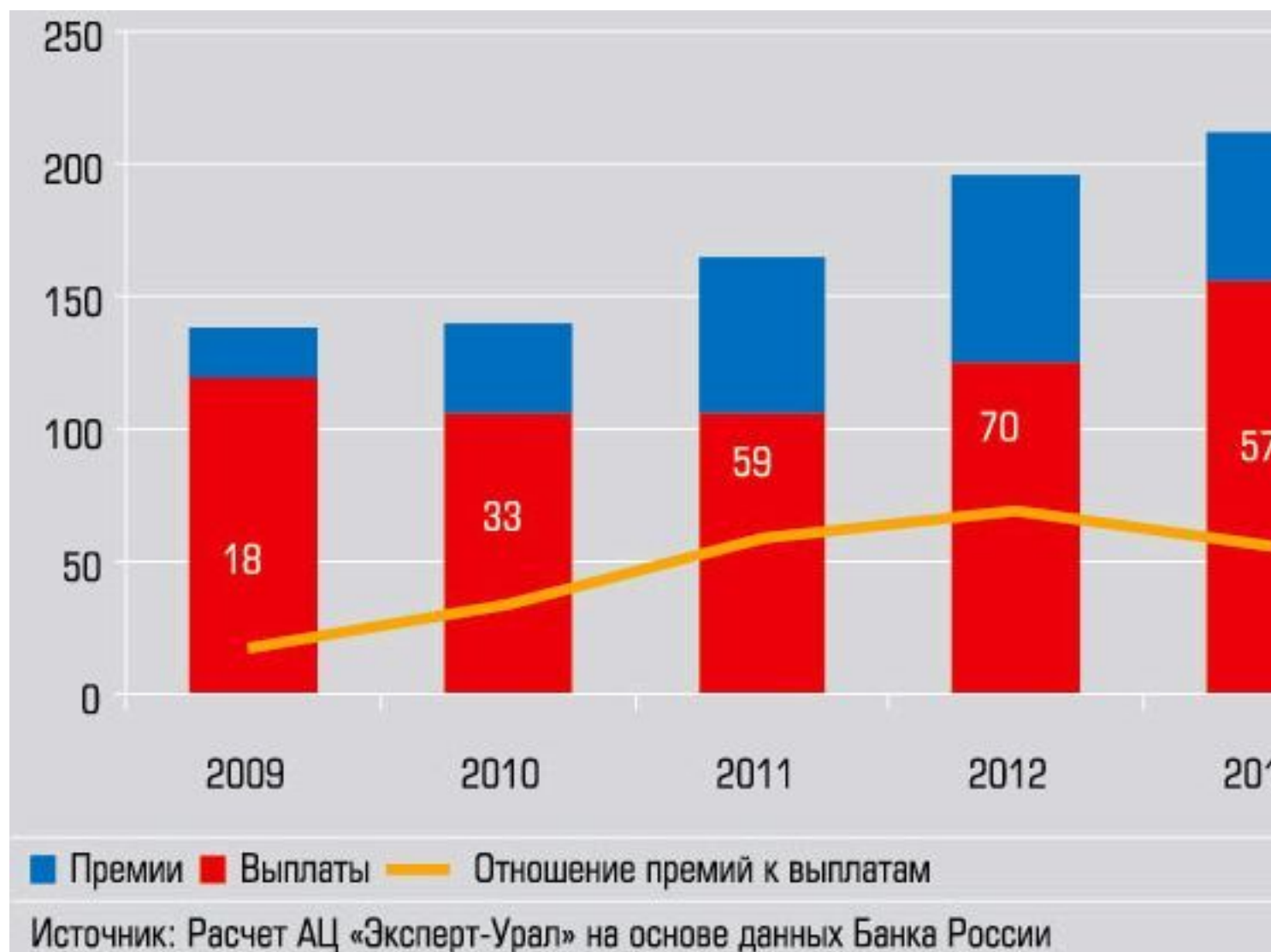
21,00%

58%

53%

Источник: расчет АЦ «Эксперт-Урал» на основе данных Банка России, Госкомстата

Премии и выплаты по каско в РФ, млрд руб.



Премии и выплаты по ОСАГО в РФ, млрд руб.



Автор: [Ирина Максимова](#), [Спектр Урал](#), 22, 26.05.14