

В России страховой полис в среднем стоит втрое дороже европейского. Одна из причин такой разницы – комиссии посредников, с помощью которых страховщики заключают договоры. В итоге переплачивать приходится не только клиентам: страховые компании сами упускают 40–50 млрд руб. прибыли. Аналитики связывают это с незрелостью рынка.

Как утверждается в «Стратегии развития рынка страхования на период до 2020 года», подготовленной консультантами консалтинговой компании Oliver Wyman, «собственная инфраструктура продаж страховых компаний относительно неразвита. Это наряду с повсеместно распространенным финансированием страховых выплат за счет подписания новых премий объясняет крайне сильную позицию посредников при ведении переговоров со страховщиками».

Расходы на оплату труда посредников у нас в пять раз выше, чем в Европе. Получается, что они оттягивают экономическую выгоду. А страдает от этого потребитель. На примере автокаско, по словам аналитиков Oliver Wyman, можно объяснить, сколько переплачивает за полис страхователь из-за аппетитов посредников: в России премия по полису автокаско составляет €817, в то время как в Европе – €329. «Большинство страховщиков, преследуя цель максимально быстрого роста премий, решило задачу при помощи партнерских соглашений с банками и брокерами, уже имеющими готовые сети продаж, – говорится в стратегии. – В результате большинство страховщиков, как правило, не занималось развитием собственных сетей продаж из-за того, что это дорого, а получение значимой отдачи занимает много времени».

Это становится очевидным при сравнении текущей плотности сетей страховых агентов в России и на других рынках. В России сейчас 0,8 агента на 1 тыс. человек. Еще 20 лет назад в Германии было около 3 агентов на 1 тыс. человек, в Великобритании – порядка 5 агентов. Кроме того, российские агенты не хранят верность одной компании, а работают сразу на несколько. «Это привело к тому, что страховщики выплачивают крайне высокое комиссионное вознаграждение посредникам и практически не имеют прямого доступа к своим страхователям. Более того, посредники (а не страховые компании) обладают максимально полной информацией о клиентах», – уверяют аналитики Oliver Wyman.

Партнерство за треть

В России комиссия уплачивается практически всегда, если клиент не работает с головным офисом компании напрямую. Размер комиссионного вознаграждения определяется правилами страховщиков и утверждается ФСФР в структуре тарифной ставки. У большинства страховщиков комиссия зафиксирована на довольно высоком уровне – до 40–50%. Среднерыночный размер комиссии по необязательным видам страхования составляет 25%.

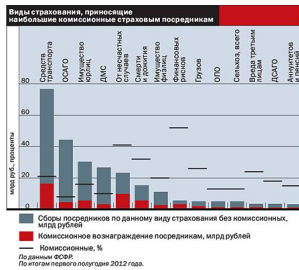
«Страховщики платят наибольшую комиссию по продуктам, которые продаются через партнерские сети, будь то банковское страхование или продукты, продаваемые через ретейлеров, – говорит глава департамента розничного страхования СК «АИГ» Роман Тихоненко. – Комиссия по таким продуктам вполне может достигать 90%, а в исключительных случаях бывает и выше. В первую очередь речь идет о кредитном страховании жизни и страховании от потери работы. Но и, например, при страховании имущества физлиц или страховании выезжающих за рубеж при продаже этих продуктов партнерской сетью комиссия, как правило, выше 40%».

По данным ФСФР, в январе-июне этого года посредники помогли страховщикам заключить договоры страхования, совокупная премия по которым (без ОМС) составила 255,7 млрд руб., то есть больше половины совокупных сборов (412,4 млрд руб.). За возможность получить эти деньги страховщикам приходится отдавать порой свыше трети страховой премии (а по неофициальным данным – гораздо больше). Лидерами по объему получаемой комиссии являются банки, для которых этот показатель в среднем составляет 35,7%.

«Возможно, эта цифра реально выше, – говорит замглавы рейтингового агентства «Эксперт РА» Павел Самиев. – По отдельным видам в рамках банкострахования комиссионное вознаграждение достигает 70–80% – в страховании жизни и здоровья заемщиков при потребкредитовании и ипотечном кредитовании». Комиссии по обязательному страхованию опасных производственных объектов в среднем, по оценкам «Эксперта РА», составляют 30–35%.

«В ряде случаев под комиссией почему-то понимают вознаграждение представителям корпоративных клиентов по имущественному страхованию и страхованию ответственности, строительно-монтажным рискам и т.д. В таких видах она может

варьироваться от 20% до 70%. Но это, конечно же, не комиссия, а откат – надо называть вещи своими именами», – добавляет Павел Самиев. В автокаско комиссии банкам, салонам и другим посредникам составляют от 20% до 35%, в ОСАГО – 10–30%. На втором месте по этому показателю – автодилеры. Для них этот показатель, по данным «Эксперта РА», составляет 18,8%. Однако, как замечает генеральный директор СК «Согласие» Эльнур Сулейманов, недобросовестные страховщики в погоне за быстрой прибылью могут выплачивать в автостраховании комиссии до 40%.



Приведение к скромности

Централизованно бороться с завышенными комиссиями страховщики пока пытаются только в ОСАГО. В конце ноября на первом Санкт-Петербургском форуме профессиональных страховых агентов глава комитета по методологии страхования Российского союза автостраховщиков Михаил Порватов заявил, что союз подготовил новые правила профдеятельности в работе со страховыми посредниками. По правилам компаниям запрещено обещать незаконные скидки по ОСАГО и подарки в виде допусков. Под запрет попадают предложения рассрочки или отсрочки оплаты при условии заключения договора. Кроме того, страховщик ОСАГО обязан контролировать исполнение посредником своих обязанностей, таких как надлежащий порядок оформления документов и использование переданных посреднику бланков полисов, а также верное ведение расчетов страховой премии.

В остальных видах страхования компании считают эту борьбу бесполезной. «В прибыльных каналах продаж у страховщиков есть маржа, и, по сути, размер комиссий компания определяет, исходя из своего аппетита, – объясняет Эльнур Сулейманов. – Одна компания хочет заработать 10% от прибыли, другая и на 1% согласна, а третья вообще готова работать без прибыли. Большой размер комиссии связан с тем, что сегодня ключевым звеном во взаимоотношениях клиента, страховой компании и продавца является продавец».

Топ-менеджеры утверждают, что уровень доверия населения к страховщикам низок, страхователи не верят в полноценную выплату по договору. При этом они не очень охотно обращаются в суды и надзорные органы. По статистике, только 10% из них доходит до этих институтов со своими жалобами. Самый легкий способ для страхователей, как им кажется, – это выбрать себе адвоката, гаранта возмещения по страховому событию – страхового посредника. А страховые компании вынуждены в борьбе за этих «доверенных лиц» увеличивать размер комиссии.

«Необходимо ввести институт финансового омбудсмана, – полагает Эльнур Сулейманов. – Клиенты получают того адвоката, в котором так остро нуждаются. Вынужденное усиление платежной дисциплины страховщиков повысит доверие клиентов. Кроме того, следует утвердить прозрачные единые стандарты правил автокаско (а впоследствии – всех видов добровольного розничного страхования). Клиент не должен разбираться во всех хитросплетениях оговорок, написанных мелким шрифтом».

Также, отмечают страховщики, необходимо законодательно закрепить сроки урегулирования убытков по автокаско. Клиенту полагается получать страховое возмещение или мотивированный отказ в кратчайшие сроки. Кроме того, должен появиться качественный учет убытков и расчета резервов, а это требует внедрения актуарного аудита. Пока не будут установлены стандартные сроки урегулирования убытков и расчета резервов, а ФСФР не получит полномочия и функционал по проверке реестров убытков, практика почти законного затягивания выплат не прекратится.

Еще один метод наведения порядка на рынке посредников – вмешательство профессиональных объединений. «Основные скандалы с брокерами на рынке были связаны с тем, что они не передавали премию страховщикам, что вело к образованию дебиторской задолженности. Надеюсь, что профессиональное объединение брокеров внесет вклад в наведение порядка на рынке», – говорит Павел Самиев.

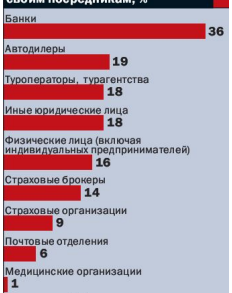
Виды посредников, их доля в сборах страховщиков

Физические лица (включая индивидуальных предпринимателей) (48,63%)



По данным ФСФР, по итогам первого полугодия 2012 года

Средний уровень комиссий, которые платят страховщики своим посредникам, %



По данным ФСФР, по итогам первого полугодия 2012 года

Средний уровень комиссий по итогам 2012 года по видам посредников в видах страхования (%)



