

Игорь Юргенс от лица всех страховщиков (кроме занимающихся агrostрахованием) предупреждает: страховой бизнес становится все более рисков?

В прошлом номере «Финансовая газета» писала о новых рисках, с которыми сталкивается страхование имущества юридических лиц. Тема заслуживает продолжения. Российский сегмент страхования, как и весь финансовый сектор в целом, испытывает те же трудности, которые вызваны общей экономической ситуацией в стране.

Однако у страхового рынка есть свои особенности, которые в большей степени затрагивают корпоративное страхование. У этого сегмента есть огромный потенциал, который при правильном использовании может стать одним из драйверов развития отечественной экономики.

Есть здесь и заметные риски. Один из них — это регулятивное воздействие. Вслед за расчисткой банковского сектора отечественный мегарегулятор — Банк России — взялся за страховой рынок. Помимо этого в наступившем году российские парламентарии планируют рассмотреть и принять несколько законов, которые напрямую касаются регулирования этого сегмента экономики. Достаточно сложно с маркетинговой точки зрения складываются отношения у страховых компаний с их клиентами. В этом смысле всему страховому рынку, а особенно той его части, которая связана с корпоративным страхованием, срочно требуются дополнительные усилия в области PR.

Результаты 2016 года

Минувший год был для рынка страхования достаточно сложным и напряженным. Страховым компаниям пришлось затянуть пояса, чтобы повысить эффективность своей работы. В 2016 г. на некоторых страховщиках отразились проблемы банковского сектора. К примеру, в результате отзыва лицензий в ряде банков «зависли» депозиты некоторых страховых компаний. В нынешних экономических условиях такие потери являются достаточно существенными.

Окончание на стр. 4 в начале 2016 г. в интервью телеканалу «Россия 24» глава Центробанка Эльвира Набиуллина сообщала, что в отношении страховщиков регулятор проводит политику усиления регулирования и надзора, и поэтому количество страховых компаний в РФ может значительно сократиться уже к концу 2016 г. Так и случилось. По данным ЦБ, на начало года на российском рынке насчитывалось около 330 страховых компаний, а к концу октября — уже менее 270. К третьей декаде декабря их число составляло менее 260.

По разным оценкам, «расчистка» страхового рынка РФ может продлиться еще два-три года. Среди основных причин отзыва лицензий у страховщиков — недостаточное обеспечение активами обязательств по страхованию и нарушение финансовых нормативов и предписаний ЦБ.

По мнению экспертов рынка, повышение требований к прозрачности и финансовой устойчивости страховщиков со стороны надзорных органов будет способствовать уходу небольших компаний. Сегодня почти 95% всех сборов на страховом рынке приходится на 100 крупнейших компаний, которые уже почти полностью обеспечивают потребности в страховании граждан и предприятий.

В 2016 г. на базе Всероссийского союза страховщиков (ВСС) была создана саморегулируемая организация. Ее глава Игорь Юргенс будет отстаивать интересы

всего сообщества.

Как считают в Банке России, консолидация участников рынка в рамках саморегулируемых организаций (СРО) должна позволить повысить управляемость процессов на страховом рынке. По закону о СРО на финансовом рынке ЦБ РФ существенно влияет на деятельность таких структур, на их внутренние процессы, управленческие решения, назначения и отставки топ-менеджеров, а также на формирование бюджета и прочие стратегические действия.

В последней декаде декабря вступило в силу положение закона о банкротстве, касающееся передачи полномочий арбитражного управляющего на страховом рынке Агентству по страхованию вкладов (АСВ). Как и в банковской сфере, АСВ — это теперь единственная структура, которая будет заниматься страховщиками, не способными исполнять принятые обязательства.

Эксперты сходятся во мнении, что в ближайшее время внедрение современных финансовых технологий в нашей стране существенным образом изменит ландшафт на финансовых рынках. В области страхования тоже появляются высокотехнологические игроки, которые готовы конкурировать с традиционными страховыми компаниями. В развитых странах мира этот процесс уже всю набирает обороты, и появился даже специальный термин — InsurTech.

К примеру, за рубежом постепенно все более популярными становятся P2P — страховые сервисы, которые объединяют не только физических, но и юридических лиц. В страховой бизнес также все активнее начинает проникать технология Blockchain. В России в 2017 г. не менее 73% страховщиков планируют внедрить новые высокотехнологичные решения и не менее четверти — разработать или усовершенствовать клиентские дистанционные сервисы продажного и постпродажного обслуживания. По оценкам RAEX, на сегодняшний день только 5% страховщиков предоставляют своим клиентам возможность запустить процесс урегулирования при помощи мобильных приложений. Доля компаний, предлагающих продукты с использованием телематических устройств, на российском страховом рынке составляет всего 13%.

Только 5% страховщиков предоставляют своим клиентам постпродажное обслуживание при помощи мобильных приложений. Как сообщают в RAEX, 76% страховых компаний в процессе продаж страховых продуктов применяют ИТ-решения, связанные с использованием интернета, и только 43% предоставляют возможность на своем сайте в режиме онлайн произвести расчет и покупку страхового полиса.

Маркетинг в страховании

Несмотря на то что интерес к страховой отрасли проявляют более трети топ-менеджеров малых и средних предприятий, только 7% из них заметили, что за последний год страховые компании стали более клиентоориентированными. Об этом свидетельствуют результаты опроса руководителей компаний — субъектов МСП, проведенного Аналитическим центром НАФИ совместно с Группой Ренессанс Страхование в декабре 2016 г.

Почти две трети руководителей предприятий (65%) не проявляют интерес к страховой отрасли, не отслеживают изменения законодательства, соответствующие новости, программы и т. п. Интересуются подобной информацией 35% опрошенных, из которых только 5% — очень внимательно, а 30% — не более чем за другими отраслями

экономики. Стоит отметить, что повышенный интерес чаще проявляют руководители средних организаций (8%), нежели малых (4%) и микрокомпаний (3%).

По данным НАФИ, те предприниматели, которые следят за новостями страховой отрасли, в первую очередь хотели бы больше узнать о деталях страхования бизнеса и товаров (34%). Каждый четвертый опрошенный проявляет интерес к тому, как именно функционирует страхование, и особенно к тому, что обычно умалчивается в договорах страхования. 13% руководителей указали, что их привлекла бы информация о страховании работников, о ставках и их динамике. Каждому десятому предпринимателю интересны новые продукты и условия страхования (9%).

Такие цифры могут свидетельствовать о том, что страховым компаниям есть куда стремиться с точки зрения привлечения клиентов. С одной стороны, страховые компании должны быть более клиентоориентированы, но с другой — и сами бизнесмены тоже должны быть в полной мере проинформированы о том, что страховой рынок открывает перед ними дополнительные возможности. Поэтому в случае, если в стране будет организована серьезная просветительская работа в данной области, эти возможности будут реализованы.

Как отмечают эксперты НАФИ, большинству руководителей компаний — субъектов малого и среднего предпринимательства оказалось сложно оценить, стали ли за последний год страховые компании более клиентоориентированными или нет. Только 7% опрошенных ответили положительно на этот вопрос, и чаще это отмечали руководители средних компаний (9% против 5% микроорганизаций). И еще 10% предпринимателей считают, что страховые компании стали меньше заботиться о клиентах. Большинство же предпринимателей не заметили каких-либо изменений (43%), причем чаще этот ответ указывали представители малых предприятий (48%). Еще 40% опрошенных затруднились дать ответ на этот вопрос.

«До 40% российских компаний малого и среднего бизнеса вынуждены уходить с рынка в случае утраты имущества. Это незастрахованные компании, для которых форс-мажор критичен, — поясняет Владимир Тиняков, исполнительный вице-президент Группы Ренессанс Страхование. — В отличие от западного рынка, где владельцы компаний хорошо понимают, что иного цивилизованного способа минимизировать потери от непредвиденных событий, кроме страхования, просто не существует, в России проникновение страхования в этом сегменте пока не так высоко».

Специфика агрострахования

Сектор агрострахования развивается в России особым образом, он во многом является элементом прежде всего государственной поддержки сельского хозяйства. Тот подъем, который мы в последнее время наблюдали в аграрном секторе, происходит в том числе и благодаря страховым компаниям.

«Главные тенденции рынка агрострахования РФ по итогам первых 9 месяцев 2016 г. — рост премии, укрупнение страховых договоров и рост объема ответственности страховых компаний по принимаемым рискам. Основной прирост показателей обеспечивает рынок агрострахования с господдержкой, но также впервые за несколько лет наметились тенденции оздоровления в сегменте несубсидируемого страхования сельхозрисков, где прекращается падение и нормализуется уровень выплат», — заявил президент Национального союза агростраховщиков (НСА) Корней Биждов, комментируя проведенный НСА анализ данных о страховании сельхозрисков в РФ, опубликованных Банком России 1 декабря.

НСА выступает в качестве единого союза для агростраховщиков, взаимодействующих с сельхозпроизводителями по договорам с господдержкой. Ему пришлось консолидировать рынок после того, как в 2015 г. ЦБ РФ провел «чистку» сегмента агрострахования от компаний, злоупотреблявших использованием средств госсубсидий. НСА были созданы единые правила страхования, разработан целый ряд методических документов, союз также нарастил компенсационный фонд, организовал программу космомониторинга для своих членов, что позволило значительно снизить число споров между СК и страхователями.

По данным за январь-сентябрь 2016 г., объем рынка страхования сельхозрисков в России составил 7,35 млрд руб., что на 11% больше результата аналогичного периода прошлого года (6,65 млрд руб.). Из этого объема основная часть — 6,41 млрд руб., или 87% премии, начислено по договорам, заключенным на условиях агрострахования с господдержкой. 943 млн руб. агростраховщики получили по договорам страхования сельхозрисков, заключенных на коммерческих несубсидируемых условиях. По отношению к аналогичному периоду прошлого года премия по агрострахованию с господдержкой выросла на 13%, по страхованию без гос-поддержки — сократилась на 5%. Договоры страхования сельхозрисков с господдержкой заключали 19 страховых компаний.

Несмотря на эти позитивные результаты, на итоговые показатели рынка агрострахования за весь 2016 г. окажет серьезное давление ситуация, сложившаяся с субсидированием агрострахования. Как отмечается в материалах НСА, предложение Минсельхоза об отказе перераспределения средств страховых субсидий между регионами для удовлетворения спроса на агрострахование для основных зернопроизводящих регионов и сокращение объема субсидий без учета осенней посевной кампании создали сложности на рынке. Аналогичным образом агрохолдинги испытывали проблемы с финансовым планированием на 2017 г. из-за изменения общей системы субсидирования сельского хозяйства и перехода к так называемой единой субсидии.

Источник: Финансовая газета, 30.01.2017