

СТРАХОВОЙ РЫНОК 2018: ВЫЗОВЫ И НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ



Павел Самиев

*Генеральный директор
ООО «БизнесДром»*

В 2017 году страхование жизни осталось главным драйвером роста страхового рынка — на этот сегмент пришлось более 25 % всех сборов. В 2018 году страхование жизни по-прежнему будет генерить сборы, однако есть перспективы и у других сегментов рынка. Кроме того, заметно изменится структура каналов продаж — фокус все больше будет смещаться в онлайн.

СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ ДОМИНИРУЕТ

В 2017 году страховой рынок России вырос на 8,3 % — до 1,3 трлн рублей (по данным ЦБ). Страхование жизни доминировало и по темпам прироста (+54 %, до 331,5 млрд рублей), и по доле — 25 % всех сборов. По нашим оценкам, рынок без страхования жизни стагнировал — сборы снизились на 2 %. В 2018 году этот тренд не изменится — страхование жизни останется одним из ключевых драйверов роста, прибавит 25–30 % сборов по итогам года. Однако такими темпами сегмент продолжит расти в ближайшие 2–5 лет. Доля рынка страхования жизни также будет увеличиваться, составив в перспективе 2018–2019 гг. треть всех сборов.

В то же время, нельзя не отметить, что для страхования жизни возникли и определенные вызовы. Во-первых, спрос спадает из-за того, что развиваются и другие инвестиционные инструменты. Во-вторых, пока не решена проблема мисселинга. В-третьих, банки могут сместить фокус на продажи собственных депозитов или чистых инвестиционных продуктов. Как известно, от банковского канала продаж страховщики жизни зависят более всего. Проблема мисселинга имеет и обратную сторону медали. Она привела к выработке стандартов качества продаж страхования жизни, повышению прозрачности и привлекательности

рынка страхования жизни. ВСС разработал стандарты продаж страховых программ (банки тоже должны будут их соблюдать), что, в свою очередь, повысит популярность продукта среди частных инвесторов.

По прогнозам аналитического агентства «БизнесДром», в 2018 году российский страховой рынок без учета сегмента страхования жизни может начать расти. Прирост составит 2–3 % без учета страхования жизни, а совокупные страховые сборы покажут более существенную динамику, прибавят порядка 10 %.

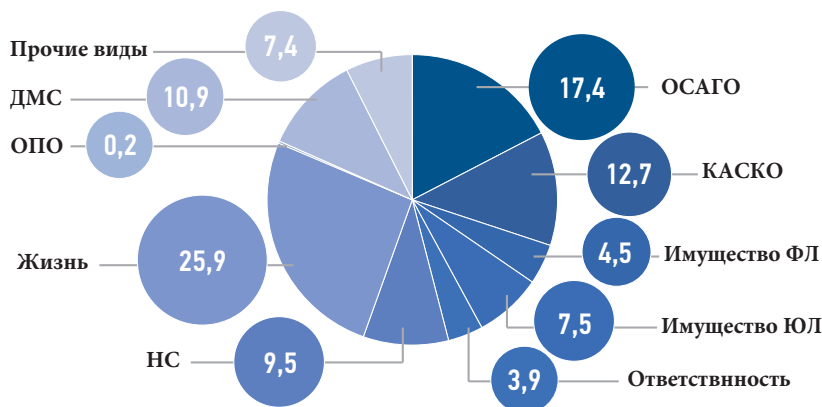
Е-СТРАХОВАНИЕ

Технологии, конечно, продолжают развиваться на страховом рынке — это и телемедицина, и телематика, и онлайн-урегулирование. Компании постепенно тестируют подобные проекты на выбранных продуктах, чтобы оцифровать уже весь бизнес впоследствии. Однако пока ощутимые результаты дают только онлайн-продажи, и только в ОСАГО. Как мы понимаем, в этом сегменте е-продажи не означают напрямую рост технологичности. Более всего е-полисов продается в токсичных регионах с высокой убыточностью.

По данным РСА, в первом квартале 2018 года число заключенных договоров ОСАГО в электронном виде выросло в 4,5 раза — до 3,4 млн штук по сравнению с аналогичным

График 1

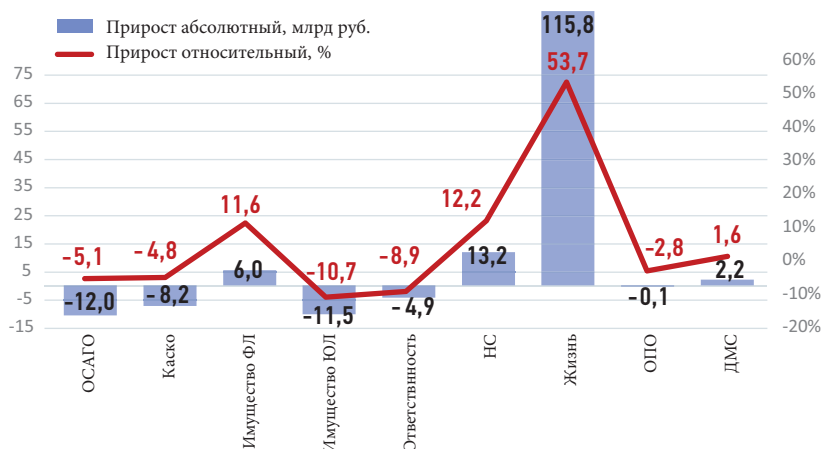
СТРУКТУРА СТРАХОВЫХ СБОРОВ В 2017 ГОДУ, ДОЛИ В %



Источник: БизнесДром по данным ЦБ.

График 2

ТЕМПЫ ПРИРОСТА СБОРОВ В 2017 ГОДУ ПО ВИДАМ СТРАХОВАНИЯ, АБСОЛЮТНЫЙ И ОТНОСИТЕЛЬНЫЙ ПРИРОСТ



Источник: БизнесДром по данным ЦБ РФ.

График 3

СТРУКТУРА КАНАЛОВ ПРОДАЖ В 2017 ГОДУ ПО МОТОРНЫМ ВИДАМ



Источник: БизнесДром по данным ЦБ РФ.

периодом 2017-го. За квартал было заключено 745 тыс. договоров в электронном виде (в 2016 году — всего 103 тыс.).

По данным РСА, выплаты страховых компаний по ОСАГО по судебным решениям в 2017 году составили 37,4 млрд руб. Из этих денег 80 % вместо потерпевших получили автоюристы-мошенники (то есть около 30 млрд руб.).

Для сравнения: в 2016 году сумма судебных расходов составляла 26,3 млрд руб., в том числе страховые выплаты — 13,1 млрд руб. и накладные расходы — 13,2 млрд руб.

А вот проникновение телематики оставляет желать лучшего — в среднем по рынку «умное» каско занимает 1–3 % в портфелях страховщиков. По нашим прогнозам, это эффект

раскачивания, и в ближайшее время такие «умные» продукты будут распространяться быстрее — и в части моторных видов страхования, и в части ДМС, и в части страхования имущества («умный» дом).

ВЫЗОВЫ И РЕШЕНИЯ

Среди проблемных видов страхования, помимо ОСАГО, в 2017–2018 гг. отличилось страхование ответственности застройщиков. Пошла волна банкротств строительных компаний, ряд страховщиков, специализирующихся на страховании ответственности девелоперов, обанкротился (ССГ, Интерполистраст и др.). Вокруг крупных объектов-долгостроев начала возникать паника, в частности, особенно громкой стала ситуация с ЖК «Царицыно» в Москве.

В то же время, среди действующих страховщиков ответственности застройщиков остались крупные, финансово устойчивые страховые компании, либо лидеры рынка — универсальные страховщики (ВСК, Ингосстрах, Альфастрахование и др.), либо специализированные страховщики с многолетним опытом работы в сегменте и профильной экспертизой («Проминстрах»). При возникновении проблем на объектах они выплачивают страховые возмещения.

Однако, как правило, ситуация развивается таким образом, что банкротство застройщика медленно, но верно перетекает в умышленную историю. В этом случае, по законодательству, страховщики не должны платить (а если заплатили, должны вернуть сумму возмещения). Поэтому собственники квартир в долгостроях, как правило, ждут свои квартиры. К тому же, объекты в регионах и столице активно достраивают. ЖК «Царицыно» начнет достраиваться уже в начале июня, все работы займут 2–3 года. За процессом будет следить сам Мэр Москвы Сергей Собянин.

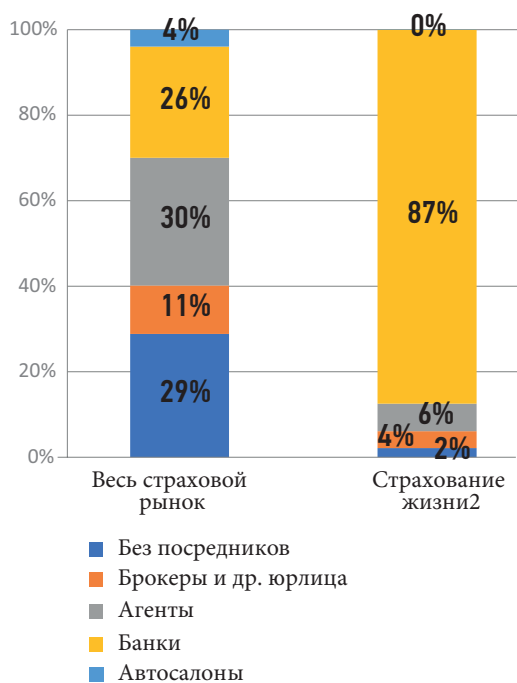
Может быть, не так шумно, но сходно проходят ситуации и на других объектах. По данным Минстроя, только в этом году планируется довести до конца строительство 360 долгостроев.

ФОКУС В БАНКЕ

На банковский канал приходится около 90 % всех сборов в страховании жизни, а в целом по рынку — около 40 %. Эта расстановка сил вряд ли изменится в ближайшие годы. Однако для страховщиков есть опасность, что их продукты потеряют популярность у банков — например, если те начнут собирать деньги на депозиты.

Для страховых продуктов, кроме страхования жизни, зависимость от банковского канала продаж не является критической. В моторных видах страхования, вообще, львиная доля

График 4
СТРУКТУРА КАНАЛОВ ПРОДАЖ



Источник: БизнесДром по данным ЦБ.

продаж до сих пор приходится на агентов. В целом структура каналов, по нашим оценкам, будет постепенно смещаться в онлайн по всем сегментам, в перспективе 3-х лет доля онлайн-продаж может составить 10 %.