Демпинг как экономическое самоубийство и как агрессивная стратегия

Из-за девальвации рубля выросли цены на запчасти и услуги автосервисов, значит, страховые тарифы должны были повыситься. Однако многие страховщики ради удержания клиентского потока снижают тарифы.

В марте Банк России опубликовал «Обзор финансовой стабильности за 2009 год», где отмечалось, как страховщики реагировали на сокращение финансовых возможностей клиентов в результате кризиса. Так, «ответной мерой на сокращение спроса на страховые услуги стало снижение рядом страховых организаций тарифов в рамках проведения демпинговых стратегий». Хотя Центробанк признает, что эта мера позволила сохранить клиентскую базу, тем не менее, очевидно и негативное влияние демпинга – снижение финансовых возможностей страховщиков. Как говорится в обзоре, «в результате демпинга некоторые страховые организации могут покинуть рынок, что приведет к росту недоверия к страховой системе и дальнейшему сокращению спроса на страховые услуги».

Демпинг стал причиной, по которой Федеральная служба страхового надзора (ФССН) проводит точечные проверки тарифов. Глава ФССН Александр Коваль говорит, что служба выборочно просит страховщиков обосновать применение тарифов по ряду видов страхования. «Проверки соответствия тарифов правилам страхования являются обоснованными, – говорит он. – Многие страховщики не соблюдают статью 25 закона «Об организации страхового дела», регулирующую финансовую устойчивость».

Главная претензия ФССН при проведении таких проверок состоит в том, что при применении заниженного тарифа эта финансовая устойчивость не будет соблюдена. «Тариф – это одна из основных составляющих бизнес-планирования, – продолжает глава ФССН.– С заниженным тарифом или коэффициентами к нему невозможно организовать развитие бизнеса в трех-

или пятилетней перспективе. Страховщик в качестве маркетингового хода может себе позволить снизить тариф за счет прибыли в других видах. Поэтому, например, на Западе надзор заинтересован отслеживать не тарифы, а конечный финансовый результат».

Генеральный директор «Ингосстраха» Александр Григорьев отмечает, что «в условиях кризиса компании с достаточным запасом капитала и прочности, главным образом, с иностранными акционерами, могут позволить себе сознательно демпинговать, чтобы вытеснить конкурентов. Для этих компаний применение оптимально-агрессивных тарифов может быть приемлемой и разумной стратегией». Он считает спорным вывод Центробанка о том, что страховым компаниям в результате демпинга удалось сохранить клиентскую базу. «Если клиент идет к страховщику только потому, что он предлагает заниженный тариф, то его сохранить вряд ли удастся, потому что на следующий год он перейдет в компанию, которая выставит еще более низкую котировку», – говорит глава «Ингосстраха».

Крупные компании, в основном, реализуют демпинговые стратегии при страховании имущества и грузов, а средние и мелкие – в сегменте автострахования.

«Страхование грузов и имущества традиционно отличается невысокой убыточностью, и ряд крупных компаний пошел на демпинг в этих видах, не

Наши эксперты:

Александр КОВАЛЬ,
глава Федеральной службы страхового надзора

Александр ГРИГОРЬЕВ,
Генеральный директор ОСАО «Ингосстрах»

Юрий КОЛЕСНИКОВ,
генеральный директор СО «Росиия»

сильно рискуя своей стабильностью, – говорит первый заместитель генерального директора СГ «Межрегионгарант» Дмитрий Климов. – Автострахование в последние два года отличалось очень высокой убыточностью, но мелкие компании демпингуют, по сути, строя обычные пирамиды с очевидным и предсказуемым финалом».

Автоскидки

В прошлом году страховые компании, главным образом, малые и средние, пытались нарастить объемы премии путем демпинга в автокаско. Но, несмотря на это, клиенты уходили в компании первой двадцатки.

«В кризис к страхователям пришло понимание, что крупные страховые компании предпочтительнее, – говорит Александр Григорьев. – Стоит отметить, что, за исключением «Ингосстраха» и «РЕСО-Гарантии», у большинства крупных страховых компаний автокаско не прибыльно. Поэтому демпинг в этих условиях усугубил бы ситуацию».

«В ОСАГО демпинг невозможен, в страховании имущества конкуренция не ценовая. Соответственно, понятно, почему в розничном сегменте демпинг наблюдался, главным образом, в автокаско», – говорит замгендиректора «Эксперт РА» Павел Самиев.

По мнению аналитиков «Эксперт РА», «важнейший вопрос для развития рынка – как будет развиваться ситуация с демпингом в автокаско». Дело в том, что девальвация рубля уже вызва-

Игорь ИВАНОВ,
заместитель генерального директора ОСАО «РЕСО-Гарантии»

Дмитрий КЛИМОВ,
первый заместитель генерального директора ОАО СГ«Межрегионгаранта»

Павел САМИЕВ,
заместитель генерального директора «Эксперт РА»

ла рост цен на запчасти и услуги станций технического обслуживания, увеличилась средняя величина страховых выплат. В этих условиях выросла нагрузка на страховые тарифы. Однако многие страховые компании, наоборот, пытаясь любыми способами получить положительные денежные потоки, снижают страховые тарифы.

«В подобной ситуации демпинг равнозначен самоубийству и является однозначным признаком резкого снижения ликвидности страховщика, ухудшения его финансового состояния»,– предупреждает «Эксперт РА». Кроме того, к проблеме демпинга можно отнести и завышенную комиссию посредников при продаже полисов автокаско. Ведь рост комиссий без повышения тарифа – это тоже неоправданный демпинг.

По мнению Павла Самиева, страховщики, которые хотят выполнять обязательства перед своими клиентами, а не стремятся захватить рынок, набрав убыточный портфель, должны стараться сохранить или даже сократить размер комиссий. «В автокаско некоторые страховщики снизили тарифы в полтора раза, при том, что ряд компаний во столько же раз их повысил», – говорит он.

Дмитрий Климов рассказывает, что тарифы по автострахованию во многих компаниях упали на 20% при том, что рост убыточности наблюдается практически у всех страховщиков. А заместитель генерального директора «РЕСО-Гарантии» Игорь Иванов отмечает, что некоторые компании снижали тарифы даже больше, чем на 20%.

«Охота шла, главным образом, на клиентов с дорогими автомобилями – от 30 тысяч долларов и выше», – рассказывает Игорь Иванов. – Массовый психоз с неадек-

ватным снижением тарифов наблюдался именно в автостраховании. Демпинг был заметен в страховании автомобилей как розничных, так и корпоративных клиентов. Продажи автомобилей резко сократились, притока новых клиентов практически не было, соответственно, страховщики развернули борьбу за удержание страхователей. Самые яркие примеры – это акции страховых компаний, предлагавших клиенту заплатить годовую премию за договор страхования, который длится больше года».

Не монопольные цены

В розничном страховании демпинг не столь распространен, как в других сегментах. По словам Александра Коваля, ФССН обеспокоена тарифами на страхование сотрудников государственных структур.

«Посмотрите на конкурсы по страхованию жизни и здоровья, – говорит он. – В прошлом году тарифы страховщиков, принимавших в них участие, упали в два раза, а в этом еще снижаются. Получается, что в 2009 году премия по этим видам снизилась, а тариф падает еще».

Затем, помимо финансовой устойчивости, предупреждает он, у страховщиков возникнут трудности, когда они после кризиса предложат снова повысить тарифы. Александр Коваль предупреждает, что заказчики могут и согласиться, но, учитывая, что бюджеты у них трехлетние, выиграть тендеры с повышенными тарифами будет невозможно.

По словам Игоря Иванова, наиболее яркий пример демпинга, не относящийся к рознице, – это страхование рисков по госконтрактам.

«Банки дают гарантии под 4-5%, а страховые компании – под доли процентов,– добавляет он. – При этом никто из страховых компаний не обладает достаточными аналитическими ресурсами, чтобы просчитать тарифы. Все бросаются в эти тендеры, сломя голову».

В прошлом году демпинг был заметен в конкурсах промышленных предприятий. Эксперты отмечают, что при проведении тендеров некоторые страховщики снижали тариф по страхованию имущества в 10 раз и более. Одним из конкурсов, в котором, по их мнению, цена победителя была занижена, был тендер МГТС на страхование ответственности за эксплуатацию 221 объекта. При том, что начальная цена была на уровне 53,040 тыс. руб., победила «АльфаСтрахование» с премией 19,890 тыс. руб. Эта же компания заняла первое место в тендере на страхование зданий, сооружений и внутреннего оборудования Государственного кремлевского дворца, предложив

премию в размере 778,595 тыс. руб. при начальной цене на уровне 1,433 млн. руб.
Опрошенные участники рынка также выделили конкурс Департамента физкультуры и спорта Москвы на страхование жизни и здоровья сборных команд, проводившийся в конце прошлого года. Во всех четырех лотах победила «АльфаСтрахование». По первому лоту предложение победителя при начальной цене контракта на уровне 197,766 млн. руб. было на уровне 31,642 млн. руб., по второму – 585,939 тыс руб. при цене контракта в размере 3,662 млн. руб. По третьему лоту эти показатели составили соответственно 2,693 млн. руб. и 16,830 млн. руб., по четвертому – 812,764 тыс. руб. и 5,080 млн. руб.
В тендере ФГУП «Космическая связь» на ДМС 750 человек предложения страховщиков оказались ниже начальной цены контракта (12,800 млн. руб.). Так, ВСК была согласна заключить этот договор за 12,763 млн. руб. (седьмое место), «РЕСО-Гарантия» – 12,147 млн руб. (шестое место), «Ингосстрах» – 11,142 млн. руб. (четвертое), «ВТБ Страхование» – 10,914 млн. руб. (пятое), РОСНО – 10,774 млн. руб. (третье). Но первое и второе места в конкурсе заняли соответственно МАКС, согласившаяся на премию 7,841 млн. руб. и «Медстрах» с заявкой 7,680 млн. руб.
Также в качестве примера можно привести естественные монополии, в частности «Российские железные дороги». Так, в конце прошлого года ценовой критерий оказался определяющим при выборе победителя конкурса на страхование ОПО 915 объектов «Московской железной дороги» (МЖД). Конкурс проводился на заключение договора страхования сроком на 3 года, начальная цена составила 1,371 млн. руб. в год. В нем принимали участие 13 компаний, восемь из них к участию в нем были допущены, заявки пяти отклонили по причине несоответствия требованиям законодательства и конкурсной документации. Критерии оценки конкурса: цена 60%, количество ОПО, застрахованных с 2007 года, – 20%, срок выплаты страхового возмещения 20%. Порядок оценки соответствовал действующему на момент объявления конкурса законодательству. По ценовому критерию максимальный балл набрало предложение ЖАСО. Цена победителя (36,9 тыс руб.) по сравнению с начальной ценой была снижена более чем в 37 раз.
В феврале этого года в конкурсе на страхование ответственности за эксплуатацию 44 объектов МЖД первое место занял «Росгосстрах», предложивший цену в размере 81,240 тыс. руб., второе – «Ростра» (126,734 тыс. руб.),

третье – «Ингосстрах» (601,176 тыс. руб.) четвертое – «Росстрах» (822,110 тыс. руб.). При этом общая начальная цена контракта составила 1,013 млн. руб.

«В тендерах на страхование имущества предприятий этого добра выше крыши, – констатирует Александр Григорьев. – Это относится к конкурсам РЖД, «РусГидро» и других предприятий энергетики, а также крупных торговых центров. В конкурсах, где страховая сумма выше одного миллиона рублей заниженные тарифы – постоянное явление».

Демпинг наблюдается также при проведении конкурсов на страхование рисков компаний атомной энергетики. В таких конкурсах, как правило, немного участников и выигрывает страховая компания, предлагающая наиболее низкий тариф.

Генеральный директор СК «Россия» Юрий Колесников говорит, что «тарифы по страхованию морских и авиационных рисков снизились не менее чем на 25%, в страховании грузов на 30%». По оценкам «России», лидером по падению тарифов в прошлом году стал ДМС с показателем в 40%. Демпинг в ДМС отмечают и аналитики «Эксперт РА». Тем не менее, резкий рост убыточности по этому виду страхования и рост цен на услуги ЛПУ не позволили ему достичь масштабов, сходных с таковыми на рынках страхования автокаско или имущества предприятий. Более того, по словам Павла Самиева, весь сектор перестрахования в прошлом году работал по демпинговым тарифам. При том что объем рисков, передаваемых в перестрахование на российский рынок в прошлом году, вырос, премия по входящему перестрахованию снизилась. Тарифы упали, в среднем, на 20%.

Чем демпинг отзовется

По словам Юрия Колесникова, уже известны случаи, когда потенциальные страхователи просто отказываются проводить тендеры, видя значительный разброс котировок.

«В одном из тендеров на страхование каско судов, где страховая премия была на уровне 32 млн. долл., предложения страховщиков различались в 3-4 раза. Заказчик отменил его, а новый тендер так и не был объявлен, – рассказывает Юрий Колесников. – У возможных клиентов возникают сомнения, правильно ли была рассчитана страховая сумма, и какова должна быть адекватная риску цена за услугу».

Как отмечает Александр Григорьев, для того, чтобы рынок перестал демпинговать, с него должна уйти крупная компания, применявшая демпинговые стратегии: «Тогда акционеры других страховщиков поймут, как опасно идти по этому пути. Видимо, примеры таких страховщиков, как «Русская страховая компания» или «Арбат» не были показательными».

«Демпинг наряду с неправильным формированием резервов, проблемами в филиалах, долгами, схемами стал одной из причин, по которым страховые компании покидали рынок. Главным образом, демпинг вызвал уход таких страховщиков как «Городская страховая компания» и РАСО», – отмечает Павел Самиев. По прогнозам «Эксперт РА», последствия демпинга на рынке корпоративного страхования проявятся лишь через год, когда убытки по заключенным в 2009 году договорам превысят созданные под них резервы. «Полагаю, что в 2010 году крупные предприятия будут давить на страховщиков в плане тарификации, вынуждая их выставлять заниженные котировки, – добавляет Павел Самиев. – Рынок начнет восстанавливаться, и соответственно, отказываться от демпинговых стратегий в массовом порядке, по моим прогнозам, через полтора-два года».

Он отмечает, что для ряда компаний, заинтересованных в продаже, падение в рэнкингах нежелательно. Поэтому демпинг для них – крайне важный инструмент сохранения своей позиции в рэнкинге и доли рынка, даже в ущерб финансовому результату.

Юрий Колесников прогнозирует, что ситуация с демпингом нормализуется к 2011 году, когда ожидается улучшение рыночной ситуации в целом.

«В текущем году лицензий может лишиться, по разным оценкам, порядка 200 компаний, – говорит, в свою очередь, Дмитрий Климов.– Очевидно, что при их уходе с рынка серьезно пострадает имидж страховой отрасли. Если предположить, что с 2011 года рынок начнет выправляться, то доверие к страховщикам восстановится не раннее чем через 3-4 года». Соответственно и стоимость страховых услуг только тогда сможет вернуться на докризисный уровень.

Елена Григорьева