



*Дополнительными страховыми услугами пользуются только 17% россиян, чаще всего для спокойствия. Одним из важнейших критериев выбора страховой компании опрошенные Ipsos Comcon назвали время работы страховщика на рынке*

Международная исследовательская компания Ipsos Comcon выпустила исследование «РосИндекс» (есть у РБК), в котором проанализировала данные по пользованию страховыми услугами в России гражданами на добровольной основе в первой половине 2017 года. Эксперты опросили 11,6 тыс. респондентов в возрасте 16–75 лет, проживающих в городах с населением более 100 тыс. человек, и пришли к выводу, что страховые продукты не пользуются большим спросом среди россиян. Только у 17% респондентов оказался действующий страховой полис помимо ОМС.

Как выбирают страховщика

Ipsos Comcon задала уже оформившим страховой полис респондентам вопрос, что стало для них ключевым фактором при выборе того или иного страховщика. Чаще всего обращают внимание на хорошую репутацию компании (38%) и на ее известность (28%). Самой узнаваемой страховой компанией, по данным исследования, стал «Росгосстрах». В последнее время, впрочем, он все чаще упоминается в связи с ситуацией вокруг санации банка «Открытие», который владел долей почти в 20% в уставном капитале страховщика.

В топ-10 по узнаваемости также попали «Ингосстрах», «Ренессанс Страхование», «АльфаСтрахование», «РЕСО-Гарантия», «Сбербанк Страхование», «Согласие», «ВТБ Страхование», СОГАЗ и «Спасские ворота». По данным рейтингового агентства «Эксперт РА», страховым компаниям «ВТБ Страхование», «Ингосстрах» и СОГАЗ присвоен высший рейтинг надежности AAA, компаниям «Сбербанк Страхование», «АльфаСтрахование», «РЕСО-Гарантия» — рейтинг AA, «Спасским воротам» — рейтинг A, «Росгосстраху» — BVB+, а «Согласию» и «Ренессансу» — BVB.

«В первую очередь надо смотреть на рейтинг, потому что аналитики учитывают множество финансовых показателей, в которых потребитель может запросто запутаться», — говорит управляющий директор по рейтингам страховых компаний RAEX Алексей Янин. А вот узнаваемый бренд, по его мнению, не определяет надежности страховой компании и даже отвлекает и обманывает клиента.

Третий по значимости критерий при выборе страховщика, по мнению самих клиентов, — это срок существования компании на рынке: его выделили 20% опрошенных Ipsos Comcon. Президент Всероссийского союза страховщиков Игорь Юргенс советует обращаться к тем, кто занимается страховой деятельностью более десяти лет. А вот клиентское обслуживание (приемлемые тарифы, быстрое оформление, оперативность при страховом случае и вежливое отношение) заботит меньше пользователей страховых услуг — от 10 до 19%, заключают эксперты из Ipsos Comcon.

Для спокойствия

По итогам исследования выяснилось, что большинство россиян, купивших дополнительную страховку, сделали это для своего спокойствия (17%). Еще 13% респондентов, оформивших полис, признались, что для них главным стимулом была защита имущества. 8% россиян купили страховку по требованию банка, в котором оформляли кредит, и лишь 11% респондентов заявили, что приобретают полис в превентивных целях, чтобы не остаться без денег в сложной ситуации (6%) и защитить семью (5%). Остальные россияне называли более специфические причины покупки дополнительной страховки, поэтому формировать из них отдельные группы авторам исследования не удалось.

В то же время респондентов, которые вообще не видят смысла и выгоды в страховке, намного больше — 21% из тех, кто не пользуется страховыми услугами в принципе. Еще 15% незастрахованных респондентов заявили, что считают услуги страховых компаний неоправданно дорогими, 13% — что никогда не думали о приобретении страховки, 11% — что просто не доверяют страховщикам. Примечательно, что 7% опрошенных связали отсутствие дополнительной страховки с «боязнью накликать беду».

Много или мало?

Несмотря на небольшую долю россиян, пользующихся страховыми услугами, эксперты отмечают, что такой показатель достаточно высок для России. По словам Юргенса, еще четыре-пять лет назад уровень проникновения страховых продуктов в стране едва достигал порога в 10%. «Русскому человеку было очень сложно привить дисциплину страхования жизни, здоровья и имущества. Мешал менталитет под лозунгом «авось пронесет», — объясняет он. Основным драйвером роста клиентской базы страховщиков стало увеличение среднего класса и располагаемых у них доходов в предыдущие годы, считает Юргенс.

Несмотря на небольшую долю обладателей страховок, объем продаж страховых продуктов в 2017 году растет. По итогам первого полугодия страховщики оформили 88,5 млн договоров, что, впрочем, не тождественно числу покупателей, так как один клиент мог приобрести несколько страховых продуктов, — это на 25,5% выше показателя за аналогичный период в прошлом году, говорится в последнем ежеквартальном отчете Центробанка. По данным регулятора, абсолютным лидером по количеству заключенных договоров по разным видам страховых продуктов является «АльфаСтрахование» — 19,9 млн. Двухзначный порог также преодолел «Росгосстрах» — 10,8 млн. На третьем месте — ВСК (6,8 млн). С остальными страховыми компаниями из топ-15 россияне заключили от 1 млн до 7 млн договоров.

Отдельно стоит отметить роль крупных банков в развитии страхования в России, они активно предлагают некоторые страховые продукты своим клиентам, говорит заместитель генерального директора компании «ВТБ Страхование» Евгений Ниссельсон. «Широкая банковская сеть по стране позволяет сделать страховые услуги доступными большему количеству россиян», — полагает он. Из топ-15 по количеству проданных договоров треть приходится на банковские подразделения финансовых групп Альфа-банка, Сбербанк, ВТБ, «Ренессанс» и «Тинькофф», следует из отчета ЦБ.

Какие страховые продукты берут чаще

Аналитики из рейтингового агентства АКРА прогнозируют дальнейший рост страхового рынка за счет активного участия банков в продаже полисов. Сейчас банки продвигают инвестиционное страхование жизни как альтернативу депозитам и вкладам, говорится в

их прогнозе состояния рынка на 2016–2020 годы.

«На фоне общего снижения ставок по депозитам полисы инвестиционного страхования жизни действительно для многих представляют сейчас интерес, так как доходность по ним может быть выше, чем по стандартным депозитам», — говорит Ниссельсон.

Преимуществом ИСЖ считаются гарантированный возврат капитала, инвестиционная доходность, а выплата не облагается налогами, уточняет официальный представитель компании «АльфаСтрахование-Жизнь» Юрий Нехайчук.

В Банке России считают, что страхование жизни остается единственным значимым драйвером роста, и связывают это с ростом вовлеченности населения в ИСЖ на фоне сохранения невысоких ставок по депозитам. За первое полугодие ИСЖ обеспечило 93% совокупного роста страхового рынка. По данным регулятора, взносы в этом сегменте выросли на 60% по сравнению с аналогичным периодом и составили 141,2 млрд руб. По прогнозам АКРА, страхование жизни к 2020 году вырастет еще на 10%, до 23% в общей структуре рынка. По объему премий оно уже сместило с лидерской позиции ОСАГО, по которому взносы снизились на 4%. Отрицательную динамику также показало страхование наземного транспорта — 6,6%. Положительную продемонстрировало лишь ДМС — на 7,5%.

Впрочем, у полисов ИСЖ есть ряд минусов, о которых эксперты призывают не забывать. Так, в отличие от банковского вклада этот инструмент не страхуется АСВ. Полис ИСЖ нельзя также досрочно расторгнуть без потерь. «Если вы открыли депозит, то в любой момент можете потребовать вернуть свои деньги обратно, потеряв только инвестиционный доход. В случае с досрочным расторжением страховой программы вы можете потерять большую часть взносов», — объяснил ранее РБК президент Ассоциации страховщиков жизни Александр Зарецкий.

Кроме того, наряду с позитивным прогнозом по увеличению доли ИСЖ в структуре страхового рынка к 2020 году аналитики АКРА в одном из своих отчетов за весну 2017 года предупреждали о возможном пузыре в этом сегменте. По мнению рейтингового агентства, страховщики и банки в последние несколько лет слишком агрессивно навязывают клиентам ИСЖ, расписывая его достоинства перед депозитами или вкладами. В результате завышенные ожидания могут не оправдаться, что чревато падением спроса на этот вид страхования и сокращением выплат и премий.

РБК, 01.09.2017