Группа Зетта Страхование и компания Депинсол представили результаты опроса HR-директоров и специалистов по компенсациям и льготам. Исследование выявило высокую устойчивость рынка корпоративного ДМС: бизнес не намерен отказываться от этого инструмента, однако все чаще делает выбор в пользу сбалансированных программ с контролем назначений и фокусом на профилактику.

Аналитики опросили 111 респондентов из российских и международных компаний, в сферу ответственности которых входят закупки ДМС. Результаты показали, что медицинское страхование остается ключевым элементом социального пакета: в настоящий момент его предоставляют 94% компаний, принявших участие в исследовании, а в следующем году планируют уже 98%.

Сдерживающие факторы

Рынок корпоративного медицинского страхования демонстрирует сдержанный оптимизм. В 2027 году большинство опрошенных компаний (59%) планируют сохранить бюджеты на ДМС на текущем уровне. О сокращении затрат заявили лишь 15% респондентов, преимущественно представители малого бизнеса (до 100 сотрудников) и компании московского региона. Основным барьером для внедрения или сохранения программ ДМС остается дефицит бюджета.

Критерии выбора страховой компании

Бизнес более рационально стал подходить к выбору страхового партнера. Ключевыми факторами принятия решения являются соответствие предложения располагаемому бюджету (80%), репутация на рынке и рейтинги страховой компании (70%), а также наличие широкой сети доступа к клиникам (69%).

Основные причины смены страховщика кроются в качестве сервиса: 66% работодателей готовы перейти в другую компанию из-за неудовлетворительной организации медицинского обслуживания для своих сотрудников. При этом 64% компаний готовы сменить страховщика при получении альтернативного ценового предложения на

сопоставимых условиях.

Формула продукта: от избыточности к эффективности

Исследование выявило четкий тренд на «умеренный» дизайн продукта. 80% респондентов назвали оптимальной модель, сочетающую необходимое наполнение программы с контролем назначений со стороны страховщика строго в рамках клинических рекомендаций Минздрава. При этом лишь 14% компаний необходим дорогой продукт с минимальными отказами при согласованиях по типу «все включено».

Для оптимизации расходов бизнес чаще всего использует сужение страхового покрытия (37%) или внедрение франшизы на посещение клиник (31%). В «зоне сокращения» чаще всего оказываются физиотерапия, массаж и дорогостоящие виды диагностики. Вместо этого компании проявляют повышенный интерес к профилактическим программам: чекапы и диспансеризация интересуют 95% опрошенных, а страхование от критических заболеваний — 81%.

Модель рынка ДМС

В целом рынок сохраняет классическую модель, при которой полис для сотрудника полностью оплачивается работодателем (91% компаний). При этом практика страхования членов семей пока не стала массовой: возможность оформить ДМС для детей существует лишь в 34% компаний, для родителей сотрудников — только в 12%.

«Результаты исследования подтверждают тренд на переход к качественному управлению здоровьем персонала. Бизнес ищет баланс между бюджетом и эффективностью, отдавая предпочтение технологичным страховщикам, способным предложить превентивную медицину и эффективный контроль назначений на основе клинических рекомендаций. И даже при выполнении этих условий компании остаются только с теми страховщиками, которые обеспечивают высокий уровень медицинского обслуживания. Мы видим это на своей практике и поэтому постоянно улучшаем сервис, например, недавно побили рекорд по времени дозвона в медицинский контакт-центр и сейчас на экстренные звонки отвечаем за одну-две секунды, а на остальные за семь», — прокомментировал результаты исследования генеральный директор ГК Зетта

Страхование Игорь Фатьянов.

«Сегодня ДМС перестает быть просто строкой в социальном пакете. Бизнес все чаще смотрит на него как на инструмент управления здоровьем сотрудников — с понятной экономикой, профилактикой и измеримым эффектом. Мы видим переход от логики «дать максимум услуг» к логике «дать именно то, что действительно работает для сотрудника и бизнеса», и это один из главных трендов корпоративных бенефитов на ближайшие годы», — отметила основатель и генеральный директор Depinsol.ru и wellbeing.depinsol.ru Екатерина Дмитренко.

Википедия страхования, 21.09.2026 г.