

## В III квартале 2015 года ОСАГО "вытянуло" страховой рынок в положительную зону

В III квартале 2015 года страховой рынок продолжал страдать от затянувшегося финансового и экономического кризиса в стране. По итогам 9 месяцев 2015 года реальный размер зарплат в России сократился на 9,7%, оборот розничной торговли - на 8,5%, инвестиции предприятий в основные фонды - на 5,8%. Продажи новых автомобилей в июле-сентябре снизились на 25,3% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В се это не могло не отразиться на показателях страхового рынка, состояние которого тесно связано с благополучием предприятий и домохозяйств. Известно, что предприятия чаще всего приобретают страховой полис для защиты дорогого, "инвестиционного" имущества - новых производственных мощностей, например. Население склонно страховать дорогое, уязвимое имущество - новые дома, машины, квартиры, словом, все то, что затруднительно восстановить без посторонней помощи. Между тем по всем этим позициям (инвестиции, недвижимость, автотранспорт) мы видим сегодня падение расходов, что не может не сказываться на сокращении объемов операций на страховом рынке в реальном исчислении.

Ситуацию на рынке спас сегмент ОСАГО, где за последнее время произошли две коррекции вверх в части стоимости страховых полисов. В сумме они обеспечили рост страховой премии по ОСАГО на 59% по сравнению с III кварталом 2014 года (во II квартале нынешнего года премии по ОСАГО выросли на 50%). При отсутствии такой поддержки номинальный рост рынка оказался бы отрицательным. В номинальном исчислении, как показано в Таблице 1, страховой рынок в III квартале показал рост страховой премии на уровне 7% (3% во II квартале и 1% - в I квартале). При сохранении сборов по ОСАГО на уровне прошлого года рост общей рыночной премии составил бы -2,7% (-1,7% и -4,7% соответственно в I и II кварталах нынешнего года).

Сокращение инвестиционной активности бизнеса и ухудшение потребительских настроений среди населения привели к тому, что отношение страховой премии к ВВП сократилось до 1,21% против 1,25% в III квартале 2014 года. Напротив, повышение тарифов по ОСАГО привело к тому, что доля страховой премии в общих расходах населения на конечное потребление в III квартале выросла до 1,44% против 1,39% годом ранее (из них 0,49%, или чуть менее трети общей суммы приходится на ОСАГО).

Вторым по размерам прироста премии в III квартале 2015 года стал рынок страхования жизни, а точнее - рынок страхования жизни за счет средств населения (см. Рисунок 1). Его рост связан как с активностью банковских страховых компаний, так и независимых страховщиков. Дело в том, что население, испуганное кризисом, за последний год заметно нарастило сберегательную активность: в сентябре нынешнего года сумма вложений, накопленных россиянами в банках, по данным ЦБ на 22% превышала прошлогодний уровень. Несмотря на падение объемов, банки не прекратили и кредитования населения: по состоянию на сентябрь остаток по займам, выданным населению кредитными организациями, находится на уровне лета 2014 года. Таким образом, финансовая активность населения позволяет страховщикам жизни предлагать им продукты, замещающие традиционные банковские вклады, а также традиционно сопутствующие выдаче потребительских кредитов.

Интересные изменения произошли в структуре каналов продаж, используемых компаниями для продвижения собственных страховых продуктов. Как видно из Таблицы 2, по итогам 9 месяцев доля премии, собранной через посредников, составила 66% - примерно столько же, что и год назад. С другой стороны, резко упала средняя комиссия, выплачиваемая посредникам - сегодня она составляет 20%, тогда как год назад страховщики

платили им в среднем 40% собираемой ими премии. Средняя комиссия за продажи страховых продуктов банками упала до 31% против 39% годом ранее, за реализацию страхования жизни через банковский канал продаж страховщики платят сейчас 28% комиссии против 37% годом ранее. Средняя комиссия агентам снизилась до 15% против 16% в прошлом году. Очевидно, в условиях кризиса российские страховщики пытаются сократить издержки и отказываются от рыночной экспансии. Следствием чего становится сокращение расценок на продвижение страховых продуктов, прежде всего - через дорогостоящие каналы продаж. Еще одним последствием экономического кризиса стало заметное сокращение числа страховщиков, оперирующих на российском страховом рынке: по итогам 9 месяцев 2015 года оно сократилось на 16% до 346 единиц (см. Рисунок 2). В условиях жесткого кризиса малым

страховщикам сложнее управлять собственными издержками и балансировать страховой портфель, что затрудняет выживание при низкой рентабельности операций. С другой стороны, очень часто небольшие страховые компании были заняты обслуживанием финансовых потоков конкретных предприятий - фактически были их кэптивными страховщиками. В условиях сокращения расходов предприятий на страхование (в III квартале они снизились на 4% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года), а также при всеобщем ужесточении контроля за эффективным расходованием финансовых ресурсов, сохранение собственных кэптивных страховщиков становится для бизнеса непривлекательным. Сокращению числа страховщиков, действующих на российском рынке будет способствовать и планируемое ЦБ увеличение минимального размера их уставного капитала.

Таблица 1. Некоторые квартальные показатели страхового рынка

	I кв. 2015 г.	II кв. 2015 г.	III кв. 2015 г.
Премии, всего без ОМС, млрд. руб.	266,0	251,7	250,9
Рост по сравнению с аналогичным периодом пр. года	1,2%	3,1%	7,0%
Отношение премии "Всего без ОМС" к ВВП	1,6%	1,4%	1,2%
Сборы за счет средств граждан, млрд. руб.	111,3	148,5	156,9
Рост	0,6%	8,1%	15,2%
Доля премии в расходах населения на конечное потребление	1,2%	1,6%	1,4%
Доля премии в общих сборах	41,8%	59,0%	62,5%
Сборы по страхованию жизни, млрд. руб.	23,4	30,0	35,2
Рост по сравнению с аналогичным периодом пр. года	10,0%	14,5%	28,4%
Отношение премии по страхованию жизни к ВВП	0,1%	0,2%	0,2%
Доля страхования жизни в общих сборах премии	8,8%	11,9%	14,0%
Сборы по страхованию от НС, млрд. руб.	18,6	21,4	21,1
Рост по сравнению с аналогичным периодом пр. года	-22,3%	-16,1%	-10,6%
Отношение премии по страхованию от НС к ВВП	0,1%	0,1%	0,1%
Доля страхования от НС в общих сборах	7,0%	8,5%	8,4%
Сборы по ДМС, млрд. руб.	59,0	28,4	21,1
Рост по сравнению с аналогичным периодом пр. года	8,0%	-1,3%	-2,8%
Отношение премии по ДМС к ВВП	0,4%	0,2%	0,1%
Доля ДМС в общих сборах	22,2%	11,3%	8,4%
Сборы по автокаско, млрд. руб.	42,7	47,1	47,5
Рост по сравнению с аналогичным периодом пр. года	-11,9%	-15,6%	-11,7%
Отношение премии автокаско к ВВП	0,3%	0,3%	0,2%
Доля КАСКО автотранспорта в общих сборах	16,1%	18,7%	18,9%
Сборы по "огневому" страхованию, млрд. руб.	39,2	33,9	39,2
Рост по сравнению с аналогичным периодом пр. года	-8,8%	0,5%	-3,8%
Отношение премии по "огневому" страхованию к ВВП	0,2%	0,2%	0,2%
Доля "огневого" страхования в общих сборах	14,7%	13,5%	15,6%
Сборы по страхованию недвижимости населения, млрд. руб.	8,3	10,9	12,2
Рост по сравнению с аналогичным периодом пр. года	17,8%	17,2%	11,9%
Доля премии по страхованию недвижимости в расходах населения на конечное потребление	0,1%	0,1%	0,1%
Доля премии в общих сборах	3,1%	4,3%	4,8%
Сборы по ОСАГО, млрд. руб.	36,7	57,2	60,8
Рост по сравнению с аналогичным периодом пр. года	25,8%	49,7%	59,0%
Отношение премии по ОСАГО к ВВП	0,2%	0,3%	0,3%
Доля ОСАГО в общих сборах	13,8%	22,7%	24,2%



Рисунок 1. Динамика некоторых сегментов страхового рынка по итогам 3 квартала 2015 г.

Таблица 2. Структура рынка в январе-сентябре по каналам продаж страховых продуктов

	Рынок Всего без ОМС	Страхование жизни	Страхование от НС	ДМС	Каско автотранспорта	"Огневое" страхование предприятий	Страхование недвижи- мости и домашнего имущества населения	ОСАГО
Доля премии, собранной при участии посредников	66%	96%	66%	40%	84%	36%	94%	73%
в том числе:								
Страховых брокеров	3%	0%	1%	7%	1%	7%	0%	0%
Банков	16%	77%	33%	1%	7%	5%	32%	1%
Автодилеров	6%	0%	3%	0%	25%	0%	0%	7%
Физических лиц (включая ИП)	29%	11%	19%	23%	31%	10%	53%	55%
Комиссии, начисленные посредникам (от общего объема страховых премий)	20%	26%	35%	12%	20%	21%	31%	6%
в том числе:								
Страховым брокерам	8%	5%	11%	5%	15%	6%	23%	10%
Банкам	31%	28%	44%	13%	17%	14%	39%	3%
Автодилерам	17%	70%	28%	17%	19%	14%	22%	6%
Физическим лицам (включая ИП)	15%	11%	24%	12%	22%	29%	22%	6%



Рисунок 2. Численность страховщиков на российском рынке