

УДК 330:368.02  
DOI: 10.26140/anie-2020-0904-0068ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РОССИЙСКИХ СТРАХОВЩИКОВ В УСЛОВИЯХ  
КРИЗИСНЫХ ЯВЛЕНИЙ© 2020  
SPIN: 3932-7685  
AuthorID: 633293**Плужник Анна Борисовна**, кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры «Банковского дела и страхования»SPIN: 4711-4240  
AuthorID: 632493**Донецкова Ольга Юрьевна**, кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры «Банковского дела и страхования»  
*Оренбургский государственный университет*  
(460018, Россия, Оренбург, проспект Победы, 13, e-mail: olja-ja-77@mail.ru)

**Аннотация.** С 2019 года на страховом рынке РФ отмечалась стагнация с обострением кризисных влияний на финансовые показатели страховщиков. Отрицательный вклад в значительной мере внесла пандемия нового типа коронавируса, начавшаяся в январе 2020 г. Для уменьшения последствия влияния негативных факторов страховщикам предлагается задействовать маркетинговую стратегию, включающую в себя расширение сети каналов продаж страховых продуктов, расширение тарифных коридоров, активное использование онлайн-продаж. В данных условиях маркетинговая составляющая явилась бы главным драйвером сохранения страхового рынка в условиях новых вызовов времени и кризисных потрясений. В связи с этим важно рассмотреть динамику состояния рынка за последние годы, развивающиеся, несмотря на негативные тенденции, виды страхования. В работе представлены основные каналы продаж страховых продуктов в РФ за последние три года. Затронуты вопросы формирования продуктов в сфере банкострахования. Отражены проблемы страхового рынка и необходимые меры, способствующие улучшению ситуации в период серьезных кризисных явлений в экономике.

**Ключевые слова:** страховщики, страховой рынок, каналы продаж страховых продуктов, виды страхования, банкострахование.

ACTIVITIES OF RUSSIAN INSURERS IN THE CONDITIONS  
OF CRISIS EVENTS

© 2020

**Pluzhnik Anna Borisovna**, candidate of economic Sciences, associate Professor,  
associate Professor of the Department of Banking and insurance  
**Donetskova Olga Yuryevna**, PhD in Economics, associate Professor, associate Professor  
of the Department of Banking and insurance  
*Orenburg State University*

(460018, Russia, Orenburg, Pobedy Avenue, 13, e-mail: olja-ja-77@mail.ru)

**Abstract.** Since 2019, the insurance market of the Russian Federation has been stagnating with an aggravation of the crisis impact on the financial performance of insurers. A new type of coronavirus pandemic, which began in January 2020, made a significant negative contribution. To reduce the impact of negative factors, insurers are encouraged to use a marketing strategy that includes expanding the network of sales channels for insurance products, expanding tariff corridors, and actively using online sales. Under these conditions, the marketing component would be the main driver of maintaining the insurance market in the face of new challenges and crisis shocks. In this regard, it is important to consider the dynamics of the market in recent years, developing, despite negative trends, types of insurance. The paper presents the main sales channels of insurance products in the Russian Federation over the past three years. The issues of formation of products in the field of Bank insurance are touched upon. The article reflects the problems of the insurance market and the necessary measures to improve the situation during serious economic crises.

**Keywords:** insurers, insurance market, sales channels of insurance products, types of insurance, Bank insurance.

## ВВЕДЕНИЕ

*Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.*

В современном мире экономические кризисы стали повторяться достаточно часто. И проблема изучения деятельности страховщиков в условиях всё новых вызовов времени, согласно многим авторам (Н.В. Сухорукова, А.А. Цвырко, Т.Н. Иващенко [1] А.А. Мироненко [2], А.А. Тургаева [3]) становится достаточно актуальной. С практической точки зрения – это определение тенденций динамики рынка в целом, по формам и видам страхования, постановка проблем и предложение мер по улучшению непростой ситуации в период кризиса, усилившегося мировой пандемией нового типа коронавируса.

*Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы.*

Необходимо отметить, что разные кризисы возникают и развиваются, как правило, не одинаково. Анализ деятельности страховщиков в предыдущие кризисные периоды, например, 2008– 2010 гг. проводили, такие авторы как Л.М. Садыкова [4], Ю.С. Кичичева [5], в 2016 – 2018 гг. – А.В. Румянцева, Е.И. Румянцева А.А. [6],

Мироненко [7], Е.С. Сивакова, Т.И. Стародубцева [8]. Кроме этого, проблему усиливающейся концентрации страховых рынков новых членов Евросоюза в сложный экономический период рассматривали такие зарубежные экономисты как Т. Kramaric Pavic, М. Kitic [9]. Поэтому, рассмотрев финансовые показатели страховщиков, и определив проблемы, требующие решения в периоды предыдущих кризисов, необходимо исследовать ситуацию на страховом рынке РФ за три последних года, определить тенденции финансовых показателей, выявить стоящие перед страховщиками проблемы на современном этапе, предложить некоторые меры по стабилизации ситуации.

## МЕТОДОЛОГИЯ

*Формирование целей статьи.* Цель настоящей статьи – рассмотреть деятельность страховщиков в РФ, определить проблемы, стоящие перед страховым рынком в кризисный период, осложненный пандемией нового типа коронавируса и предложить возможные меры по улучшению ситуации.

*Постановка задания.* Необходимо исследовать основные финансовые показатели страховщиков за трехлетний период, определить факторы, влияющие на рынок, обозначить проблемы, стоящие перед страховщи-

ками в этот непростой период и предложить некоторые пути их решения.

*Используемые в исследовании методы, методики и технологии.* В работе использовались общенаучные методы исследования, методы системного анализа и синтеза, методы наблюдения, группировки и сравнения.

## РЕЗУЛЬТАТЫ

*Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.*

Страхование является неотъемлемой частью экономики любой развитой или развивающейся страны. Страховая защита дает возможность физическим или юридическим лицам выйти из серьезных материальных трудностей с наименьшими финансовыми потерями, так как вопрос возмещения убытка после страхового случая берет на себя страховая компания.

Рассмотрим деятельность страховщиков на современном этапе. За последние годы количество страховщиков постоянно уменьшалось (рисунок 1).

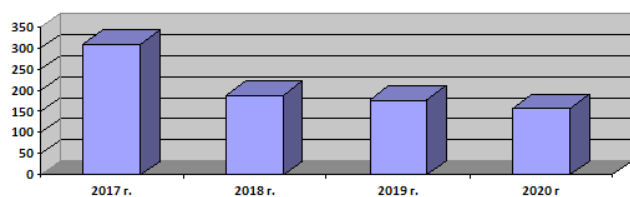


Рисунок 1 – Количество страховых организаций в РФ в 2017-2020 гг.

(по данным ЦБ РФ)

При этом отмечалось усиление концентрации рынка. Так, если в 2017 г. на рынке действовало 309 страховых организаций, то уже в 2018 г. – 190, в 2019 г. – 178, в начале 2020 г. – 157. Данная тенденция оказывает большое влияние на состояние страхования в стране и регионах [10]. Кроме того, она характерна и для стран – новых членов Евросоюза [9].

Далее рассмотрим динамику страхового рынка до пандемии. Если до 2018 г. российский рынок плавно развивался практически с ежегодным приростом страховых премий, то в 2018 – 2019 гг. (по данным Центрального банка РФ) наметилась его стагнация с небольшим приростом премий и увеличением выплат в 2019 г. (рисунок 2).

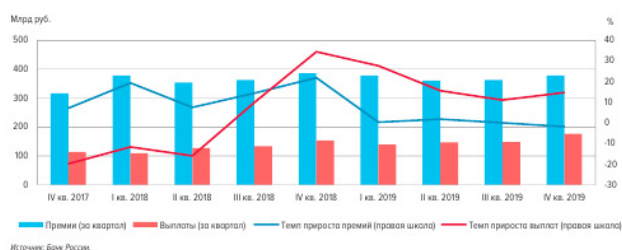
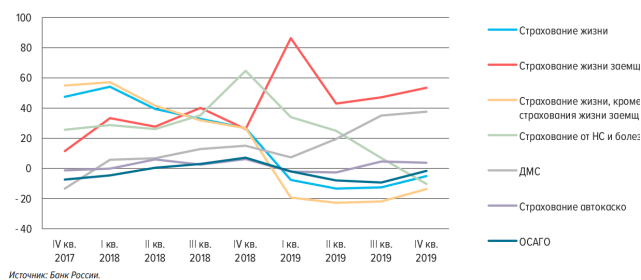


Рисунок 2 – Динамика страховых премий и выплат за 2017 – 2019 гг. в РФ

(по данным ЦБ РФ)

Темп прироста страховых премий к началу 2018 г. стал наиболее значительным за последние 6 лет и составил 15,7% (8,3% в 2017 г.). Этому соответствовал значительный спрос на потребительские кредиты и ипотеку, что способствовало притоку средств по страхованию жизни заемщиков и страхованию от несчастных случаев и болезней. Положительную динамику представили рынок автострахования при покупке автомобилей в кредит и обязательное страхование автогражданской ответственности (рисунок 3). Это стало возможным за счёт стабильной убыточности, а также пресечения недобросовестного поведения отдельных участников рынка. Так по ОСАГО сокращение взносов, произошедшее в 2017 г. (-5,2%), сменилось их увеличением на 1,8% в 2018 г. Но в течение 2018 – 2019 гг. рынок практически не вырос,

и отношение собранных страховых сборов к ВВП за 2019 г. снизилось на 0,07 п.п., до 1,35% [11].



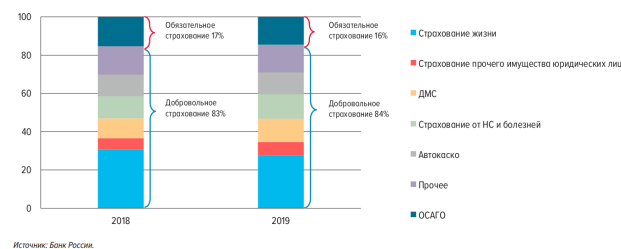
Источник: Банк России.

Рисунок 3 — Темпы прироста страховых взносов поквартально (2017-2019гг.) в РФ (%)

(по данным ЦБ РФ)

В соответствии с рисунком 3 в 2019 г. увеличились премии по страхованию жизни заемщика на фоне значительного снижения добровольного страхования жизни других категорий граждан.

Положительным моментом явилось то, что сборы за добровольное страхование составили 83% в 2018 г и 84% - в 2019 г. (рост данного показателя составил 1%). Эти цифры в разы превысили сборы по обязательному страхованию, исключая пенсионное страхование и обязательное медицинское страхование (рисунок 4).

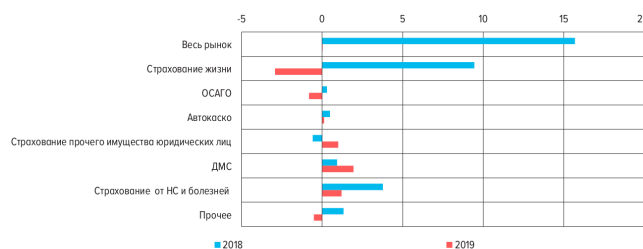


Источник: Банк России.

Рисунок 4 – Структура страховых премий за 2018-2019 гг. в РФ (%)

(по данным ЦБ РФ)

Отмечался рост спроса на договоры с небольшими средними премиями и сокращение договоров с большими средними премиями (инвестиционное страхование жизни), что характерно при турбулентности экономики. При этом число заключенных договоров в конце 2019 г. достигло 207,8 млн., что превысило предыдущий год на 2,6% [11].



Источник: Банк России.

Рисунок 5 — Прирост премий основных сегментов страхового рынка в 2018-2019 гг. в РФ (%)

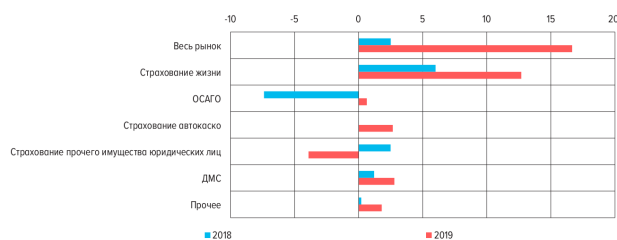
(по данным ЦБ РФ)

По данным рисунков 5,6 к 2019 г. прирост премий в целом по рынку практически не изменился, при этом отмечался прирост сборов по ДМС, страхованию от несчастных случаев и болезней, страхованию имущества юридических лиц. Зато сильно увеличился прирост выплат, в частности по страхованию жизни, автокаско, ДМС и др.

Для получения более значительных объемов премий необходимо, на наш взгляд, грамотно использовать маркетинговую стратегию и модернизацию страхового

бизнеса.

Основным каналом продаж в течение 2018-2019 гг. были кредитные организации (49%), и связанный с ним канал банкострахования.



Источник: Банк России.

Рисунок 6 — Прирост выплат основных сегментов страхового рынка (%)

(по данным ЦБ РФ)

Далее идут сборы от агентов - физических лиц (24%), прямые продажи без посредников, в т.ч. в офисах компаний - 20%. Развивающиеся интернет-продажи занимали пока 5%, но по прогнозам этот процент в 2020 г. будет увеличиваться, в т.ч. в ситуации удалённой работы и приобретения услуг в период пандемии нового типа коронавируса.

Отметим факторы, которые оказали серьезное влияние на развитие страхового рынка за данный отрезок времени:

1. Значительный спрос на кредиты физических лиц.
2. Расширение тарифного коридора в тарифах по ОСАГО.
3. Расширение программ добровольного медицинского страхования, активное использование актуальных программ, практически неподъёмных за собственный счёт многих клиентов, таких как «Высокие медицинские технологии» и др.
4. Окончание действия полисов инвестиционного страхования жизни, заключённых в разгар спроса на данный вид страхования.

Далее рассмотрим итоги поступления премий в РФ за I квартал 2020 г. (таблица 1)

Таблица 1 - Сведения о страховых премиях по договорам страхования за I квартал 2020 г.\*

ИТОГО		426 286 823
без участия посредников	всего	137 262 542
	из них: филиалами	51 723 284
посредством сети "Интернет"		13 306 043
при участии посредников	всего	275 718 238
	страховых организаций	319 867
	страховых брокеров	10 646 910
	кредитных организаций	135 240 165
	организаций, осуществляющих деятельность по торговле транспортными средствами	15 932 467
	в том числе:	
	посредников	830 888
	объектов почтовой связи	104 540
	медицинских организаций	206 048
	лицензированных компаний	2 472 109
	юридических лиц, основным видом экономической деятельности которых является деятельность страховых агентов	18 915 461
	группы юридических лиц	21 480 040
	физических лиц (в том числе индивидуальных предпринимателей)	69 969 743

\* составлено по данным ЦБ РФ

В начале 2020 г. клиенты всё активнее стали пользоваться сетью Интернет при покупке страховых полисов, немалую роль здесь сыграло введение электронного полиса ОСАГО. Более половины премий были собраны с помощью посредников, расширились направления каналов продаж. В лидерах продаж - сохранились кредитные организации и сегмент банкострахования.

В текущей ситуации с пандемией коронавируса этот процесс привлечения клиентов проходит в сети Интернет. При этом существует необходимость внедрять информационно-коммуникативные технологии обучения, в т.ч. при повышении квалификации сотрудников банка [12].

При этом в этой сфере существует и ряд проблем:

1. Количество премий по банковскому страхованию по итогам года, скорее всего, снизится из-за уменьшения выданных кредитов за счет сложной экономической ситуации в период пандемии коронавируса.

2. На негативную тенденцию страховых взносов окажет влияние период «охлаждения», который действует с 1.09.2020 и распространяется на коллективные договоры страхования заемщиков. Это дает возможность потребовать со страховщика суммы взносов, если клиент передумает оформлять страховку.

3. Значительный рост выплаты по страхованию жизни заемщиков, прирост по которому составил 39% за 2019 год и 5,5% - по страхованию от несчастного случая. При этом параллельно, как отмечает надзорный орган, отмечается рост отказов в выплате со стороны компаний: в страховании жизни заемщиков - прирост - 35,9%, в страховании от несчастных случаев - 12,8%, что не может не настораживать [11].

4. В целом по рынку в 2020 г. прогнозируется ухудшение ситуации со сборами страховых премий, особенно по добровольному страхованию в период пандемии, а также из-за последствий следующего за пандемией экономического кризиса.

В такой ситуации страховщикам необходимо совершенствовать свою деятельность и принять ряд мер для улучшения ситуации:

- разработка каждым страховщиком маркетинговой стратегии в сложный кризисный период;
- улучшение качества страховых продуктов;
- расширение тарифных коридоров и индивидуальный подход к клиенту;
- дальнейшее развитие банкострахования, а также развитие финансовых супермаркетов, получение услуг клиентами в «одном окне»;
- внимательное изучение финансового положения потенциальных страхователей;
- продвижение страховых продуктов на рынок с информированием потенциального потребителя и стимулированием сбыта, например, за счет льгот постоянным клиентам;
- подбор каналов сбыта страховых продуктов с преобладанием каналов, способных обеспечить прибыль в данной конкретной ситуации, например, в ситуации с пандемией коронавируса и учётом ее последствий. Здесь значительная роль должна отводиться интернет-продажам и консультациям;
- обеспечение максимальной защиты клиента или партнёра, что предполагает, например, страхование кредитных и операционных рисков банка;
- качественная проработка всех условий договора, в т.ч. в части изложения исключений из страховых случаев, наличия условной и безусловной франшизы в договоре во избежание неточностей в трактовке и спорных моментов.
- разработка «кризисных» продуктов - предложение банками заемщикам кредитов страхования от потери работы при сокращении штата или ликвидации организации;
- развитие директ - страхования с помощью сети Интернет.

Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях.

Рассматривая влияние прошлых финансовых кризисов на страховой рынок, авторы Сухорукова Н.В., Цырко А.А., Иващенко Т.Н. отмечают снижение рентабельности, повышение убыточности страховых компаний, при этом предлагают повышение устойчивости и надежности страховщиков. Тургаева А.А. в своей работе сделала акцент на инвестиционном потенциале страховщика, а также на важности конкурентных преимуществ. Автор Мироненко А.А. отмечает недостаточное внимание страховых компаний к такому фактору стабильности как лояльность клиентов, а также необходимость ориентации на корпоративное обслуживание крупных предприятий и организаций в условиях кризиса. Авторы Румянцев А.В., Румянцев Е.И. рассмотрели динамику основных показателей страхового рынка за 2010 – 2017 гг., провели исследование о продвижении страховых



продуктов посредством социальных сетей.

Авторы данной статьи провели исследование динамики основных финансовых показателей страховых компаний, в частности динамику премий и выплат за 2018 – 2019 и частично за начало 2020 г., проследив постепенно нарастающую стагнацию премий и увеличивающуюся долю выплат, определили факторы, повлиявшие на финансовые показатели в 2018 – 2019 гг., показали изменяющиеся премии и выплаты по разным сегментам рынка, представили основные каналы продаж страховых продуктов на современном этапе, представили проблемы и меры по улучшению довольно сложной ситуации на рынке.

#### ВЫВОДЫ

*Выводы исследования.* Премии на страховом рынке имеют тенденцию к снижению прироста при увеличении выплат. Для уменьшения последствия влияния негативных факторов страховщикам предлагается задействовать маркетинговую стратегию, включающую в себя расширение сети каналов продаж страховых продуктов, расширение тарифных коридоров, активное использование основного канала банкострахования, онлайн-продаж, введение «кризисных» продуктов. В данных условиях маркетинговая составляющая явилась бы главным драйвером сохранения страхового рынка в условиях новых вызовов времени и кризисных потрясений.

*Перспективы дальнейших изысканий в данном направлении.* Продуктивным, на наш взгляд, явилось бы продолжение исследования финансовых показателей деятельности страховщиков, влияющих на них факторов, проблем, стоящих перед страховым сообществом в стране и мире по итогам 2020 г., исследование динамики активов страховых компаний и корректировки мер по улучшению ситуации, также внимательное изучение деятельности надзорных органов разных стран в сфере страхования.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сухорукова Н.В., Цвирко А.А., Иващенко Т.Н. Современное состояние страхового рынка в России // *Среднерусский вестник общественных наук*. 2016. № 11. С. 138 – 144.
2. МIRONENKO А.А. Особенности развития страхового российского рынка на современном этапе // *Вестник государственного и муниципального управления*. 2016. № 2 (21). С. 75-78.
3. Тургаева А.А. Инвестиционный потенциал страховых компаний и оценка их конкурентоспособности // *Финансы и кредит*. 2017. Том 23, выпуск 2. С. 89 – 109.
4. Садыкова Л.М., Донецкова О.Ю. О проблемах развития банкострахования в РФ // *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2015. № 8. С. 42-46.
5. Кичичева Ю.С. Влияние глобального кризиса на страховой рынок // *Таврический научный обозреватель*. 2015. № 4. С. 53 – 57.
6. Румянцев А.В., Румянцев Е.И. Социально-экономические аспекты развития страхового рынка: современные инструменты продвижения // *Дискуссия*. 2019. Вып. 93. С. 28 – 36.
7. МIRONENKO А.А. Перспективы развития страхового рынка в условиях кризиса // *Вестник государственного и муниципального управления*. 2015. № 1 (16). С. 8 – 20.
8. Сивакова Е.С., Стародубцева Т.И. Оценка состояния страхового рынка России на современном этапе // *Политика, экономика и инновации*. 2018. № 1(18). С. 1- 6.
9. Kramaric Pavic T., Kitic M. Comparative Analysis of Concentration in Insurance Markets in New EU Member States // *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*. 2012. Vol. 6. № 6. Pp. 1322-1326.
10. Грищенко Н.Б. Концентрация страхового рынка России: тенденции и прогнозные оценки // *Проблемы прогнозирования*. 2019. № 1. С.113 – 122.
11. Центральный банк Российской Федерации: [сайт]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/> (дата обращения 10.08.2020).
12. Демченко Л.В. Роль информационно-коммуникативных технологий обучения при повышении квалификации сотрудников банка // *Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры : материалы Всерос. науч.-метод. конф. «Оренбург. гос. ун-т».* - Оренбург : ОГУ, 2018. С. 2659 – 2662.

Статья поступила в редакцию 31.08.2020

Статья принята к публикации 27.11.2020