



Тарифные перспективы

На «круглых столах» по страхованию, прошедших в Петербурге в 2008 году, специалисты высказывались диаметрально противоположные мнения о перспективах «каско-вых» тарифов.

Так, например, директор управления маркетинга Северо-Западного дивизиона СГ «Ренессанс страхование» Алексей Образцов заявил, что «с тарифами какого-то глобального тренда не прослеживается; корректировки по той или иной модели проходят постоянно, но в целом ситуация спокойная».

Дмитрий Синишев, директор управления автострахования другого крупного страховщика, признает, что каско становится все менее рентабельным для страховщиков. «В этих условиях логичным представляется рост тарифов. Он действительно имеет место, но незначительный, — констатирует специалист. — Однако рост сдерживается очень сильной ценовой конкуренцией на рынке, в частности, присутствием демпингующих игроков. Некоторые не хватающие звезд с неба страховщики за счет тарифного демпинга пытаются изо всех сил удержаться на рынке как можно дольше. Отсюда наличие стабильно низких тарифов для новых, автосалонных транспортных средств».

По данным Дмитрия, острый рост тарифов по каско регистрируется только в отношении новых транспортных средств — в этом откровенно убыточном для страховщиков сегменте тарифы повышались и повышаются.

Часть страховщиков средней руки убеждены, что разумный рост тарифов на уровне планируемой инфляции — 9,5% — неизбежен. По их мнению, если страховщики не будут поднимать тарифы, то очень быстро им станет трудно отвечать перед стра-

хователями по принятым обязательствам в полном объеме. Вполне логично. Если дорожают булка, хлеб, бензин и труд работников автосервиса, то почему цена страховки должна быть заморожена?

Демпинг бессмертен!

Все страховщики единодушно отмечают, что демпингующие компании не исчезают, хотя их список постоянно меняется.

«Знаете, автокаска — это единственный способ вывести свою страховую компанию в какие-то «топы»: «10 самых крупных компаний», «20 самых быстро развивающихся компаний» и т. п. Каско — это самый большой рынок. Поэтому задача войти в тот или иной «топ» связана с автострахованием, — рассуждает директор филиала «Московской страховой компании» («МСК») в Петербурге Радий Негодин. — При этом в Петербурге ситуация чрезвычайно сложная: в кредит продается огромное количество новых машин, которые должны ремонтироваться только на СТО дилера; а ремонт в авторизованных центрах быстро дорожает, и очереди там огромные. По идее мы должны повышать цены на свои полисы... Но, как учит опыт, обязательно появится какая-нибудь компания, которая начнет демпинговать и держать цены внизу. Потом она разорится и утащит за собой еще пару последователей. Отсюда и совет клиентам, банальный, но абсолютно верный: не поддавайтесь на демпинг! Ни по каско, ни по другим видам страхования».

Алексей Образцов также вынужден констатировать: «Постоянно кто-то из страховщиков (обычно это новые игроки на петербургском рынке) пытается продемонстрировать резкий рост своей доли рынка. Проще всего это сделать за счет каско. Поэтому демпинг будет повторяться».