

VIII национална конференция с международно участие „Застраховането в България при условията на евроинтеграцията: предизвикателствата пред продължаващата адаптация“

ЗА ВАВИЛОНСКАТА КУЛА, ПОЛИФОНИЯТА И МНОГООБРАЗИЕТО В ЗАСТРАХОВАНЕТО

● Русия определи отрасъла за стратегически
● Ръстът в премийния приход на руския пазар обаче все още се дължи основно на изискваните от банките полици

(Продължава от бр.17)

Това е сложен застрахователен продукт, който се продава добре в Русия. Но как ще се отрази той на финансовата стабилност на продаващите го застрахователни компании след няколко години е трудно да се каже. За да продават продуктите си, застрахователните компании постоянно разширяват списъка с покритите от полицата заболявания. Някои покриват 11 опасни заболявания, други 16, а става дума за болести като СПИН, чието лечение е много скъпо.

Най-слабо, с най-ниски темпове се развива

ЖИВОТОЗАСТРАХОВАНЕТО

в Русия. В страната вече работят достатъчно много надеждни животозастрахователи, които предлагат добри продукти. Но животозастраховането така и не се развива. Единствените животозастрахователни продукти, които се продават добре, са тези, които се купуват в рамките на социалния пакет от работодателя за трудовите колективи. Индивидуалното животозастраховане се развива много бавно. Първата причина за това е, че хората в Русия нямат доверие в застрахователите. Втората е, че доходността по животозастраховките, давана от международните компании, е около 9,2%, а даваната от малките дружества - 0,2%. Така средната доходност по животозастраховките в Русия е около 3%, докато инфлацията в страната официално е 9%. Именно заради тези неизгодни лихви капиталите напускат пазара, подчерта проф. Малицкая.

И продължи с

ТЕХНОЛОГИЧНИТЕ ИНОВАЦИИ

„Те започнаха да се появяват на руския пазар през 1992 г., а от 1995 г. започна продажбата на услуги чрез интернет. Компаниите се стремят да продават все повече чрез интернет, дори обучават цели структури за такива продажби, но въпреки това продажбите чрез интернет не се увеличават. През 2007 г. те



продължават да са 1% от договорите, както и през 1995 г. Тези продажби чрез интернет са основно на задължителната застраховка „Гражданска отговорност“. Те се предлагат основно от големите застрахователни компании, включително и от тези с чуждестранни капитали.

В областта на технологичните иновации трябва да се спомене за

РЕГУЛИРАНЕТО НА ЩЕТИТЕ

Зад това интересно название стои това, че застрахованият не се обръща към застрахователната компания, а направо към станцията за техническо обслужване, ако се случи авария и той има всички документи. Представителят на застрахователната компания в станцията оформя сам документите за щетата. Тази иновация не е голяма, но е много важна за Русия, подчерта проф. Малицкая. И обясни, че причината е, че в Русия процесът на ликвидацията на щетите е много дълъг. По принцип там застрахователният агент дълго време събира документи, като например справка от оценител и др. С тази иновация ликвидацията на щетите става много по-бързо и затова клиентите купуват с желание услугата. Още повече, че на практика тя се реализира качествено. Ако застрахованият вече е минал през този процес на ликвидация, той търси отново да сключи такава застраховка. Трябва да се упоменат и

УПРАВЛЕНЧЕСКИТЕ ИНОВАЦИИ

в застрахователния бизнес, продължи проф. Малицкая. И уточни, че става дума преди всичко за аутсорсинга. През последните 3 години той започва активно да се развива в Русия, основно в две направления. Първото е свързано с даденото от надзора разрешение до 20% от активите на застрахователите да бъдат давани на разпореджението на управляваща компания, т.е. да бъдат управлявани от професионални финансисти. Като правило тези управляващи компании постигат по-добри резултати от инвестирането на активите, отколкото ако застрахователната компания сама решава къде да инвестира резервите си. Практиката обаче показва, че постигнатата доходност е добра, но застрахователите се сблъскват с

МНОГО РИСКОВЕ

Първият от тях е ликвидността на покритието. Вторият е свързан с възможностите на подуправляващата компания. Третият е необезпечаването на обещания доход от страна на управляващата компания. Застрахователните компании бяха много ентузиазирани, когато им беше разрешено да дават до 20% от активите си на разпореджението на управляващи компании, но именно заради изброените три риска този ентузиазъм започна да слабея, подчерта проф. Малицкая. И допълни: „Аутсорсинг се използва също и при сервизните услуги. Ако преди застрахователните компании ставаха собственици на сервизи, за да могат да обслужват добре клиентите си, сега те просто сключват договори за аутсорсинг със съществуващи сервиси.“

Това са основните иновации на руския застрахователен пазар, заключи Малицкая. И премина към

ДИСКУСИОННИТЕ МОМЕНТИ

свързани с иновациите в застрахователните технологии. Спорните въпроси са свърза-

ни с това, че когато застрахователната компания разработва нова технология, тя изследва застрахователния пазар, инвестира ресурси, разработва продукт, тества го и едва след това започва да го продава. Но щом конкурентите видят новия продукт, започват да го копират много бързо. Руските специалисти са изучавали този проблем и са определили, че от пускането на нов иновационен продукт до копирането му от останалите компании на пазара минават от 1 до 2 месеца. Какво се получава в резултат на това? Застрахователната компания иноватор е вложила пари и усилия, за да разработи новия продукт и много скоро след пускането му на пазара той вече се продава от всичките й конкуренти. Логично е поради тази причина застрахователните компании да

НЕ СА ЗАИНТЕРЕСОВАНИ ОТ ИНОВАЦИОННАТА ДЕЙНОСТ

Дискусионният въпрос тук е дали трябва да бъде защитавано авторското право на застрахователните компании. Или да се изхожда от факта, че застрахователните компании работят за обществото, за пазара и дейността им има и социално значение, и затова е хубаво, че всички бързо приемат иновациите. Погледнато от тази гледна точка, не трябва да се защитава авторското право на компаниите за новите продукти, а да се съдейства за по-бързото разпространение на иновациите сред останалите компании на пазара. Това е въпрос, на който засега нямаме отговор, подчерта проф. Малицкая. И обясни: „Нашите застрахователи се опитват да защитават продуктите си, като използват законодателството за авторското право, като регистрират търговските си марки и особено слоганите на компаниите. Но въпреки това ефект няма. В световната практика има случаи на протекция на новите застрахователни продукти, но в Русия все още няма такъв пример. Ако тези, които са разработили иновацията, ис-

кат да я защитят, останалите казват, че това не е етично. Че не е етично един удачен застрахователен продукт да бъде продаван само от една компания.“

През последните 1-2 години застраховането в Русия най-после започна да

ПРИДАВА ГОЛЯМО ЗНАЧЕНИЕ НА ДЪРЖАВАТА

в това число и при защитата на иновациите. На първо място става дума за защита на държавните отбранителни програми и на държавните отбранителни запаси, тъй като тази сфера у нас е практически незащитена, обясни Малицкая. И уточни: „Сега на застрахователния бизнес е поставена задача да обезпечи със застрахователна защита предприятията от гледна точка на това дали тяхната продукция отговаря на условията за безопасност. Също така отговорността на предприятията при неизпълнение на подписаните от тях договори, както и отговорността им за нанесени вреди на трети лица. Вие разбирате прекрасно, че за застрахователите това означава нов бизнес и много хубави суми. Този процес върви в момента. Застрахователните компании, които са допуснали до тези програми, отчитат по-добри финансови резултати.“

Второто направление, на което правителството обръща внимание и е готово да си сътрудничи със застрахователния бизнес, е защитата на руския износ, особено в областта на високите технологии. Те се оказали незащитени, а не са лоши. За тях има купувачи на световния пазар и затова сме готови да ги защитим.“ Застраховането на интелектуална собственост, в това число и на компютърни програми, е една от основните задачи на днешния ден. С това се занимава много активно дори правителството в Москва. Нашата академия също взема активно участие, като разработва няколко теми в тази област, завърши изказването си проф. Малицкая.

(Следва)

ЙОАННА СТЕФАНОВА



**БЪЛГАРСКИ
ИМОТИ**
ЗАСТРАХОВАТЕЛНИ КОМПАНИИ

MEMBER OF
VIENNA
INSURANCE GROUP

1408 София
ул. Балша бл.№ 8

тел. 02/ 915 8787
факс 02/ 915 8798

e-mail: office@bulgarskiimoti.bg
http://www.bulgarskiimoti.bg