

Доц. д-р Диана Иванова, главен секретар на Фондация „Проф. д-р В. Гаврийски“
Бакалавър Северина Вълчанова, математик

ЗАСТРАХОВАТЕЛНА КУЛТУРА - ВЛИЯНИЕ ВЪРХУ ЗАСТРАХОВАТЕЛНИЯ ПАЗАР

(Продължение от бр. 21/2007 г.)

Реално много малка част от всичките чужди застрахователни компании, изявили желание да работят извън територията на страната си, са постигнали целта си.

С членството към ЕС всички клонове на чуждестранни застрахователи у нас упражняват своята дейност по правото на установяване на територията на България. 127 европейски застрахователи и 114 посредници са нотифицирани при условията на свобода на предоставяне на услуги. При тези условия съответните клонове и чуждестранни компании вече няма да се отчитат пред нашия надзор, а пред надзорните органи от страната, където е регистрирана компанията майка.

Това не позволява да се придобие точна представа за състоянието и обема на пазара, а също така и за мястото на всяка една от компаниите на него.

По данни от Асоциацията на българските застрахователи, от 36-те най-големи застрахователни компании в България в момента 24 са чужди. През 2006 г. те имат оборот от 69.81% от този в сектора, който е разпределен - 70% неживотозастраховане и 68.4% живо-

тозастраховане.

Експерти в застрахователната област считат, че и през 2006 г., и през първото шестмесечие на 2007 г. обликът на автомобилното застраховане и по-точно от застраховките „Гражданска отговорност“ и „Каско“. Приходът на някои застрахователни компании е основно над 90 на сто от автозастраховки. Другите застрахователни продукти също имат определено нарастване, но то е чувствително по-малко в сравнение с автомобилното застраховане. По прогнозни данни тази тенденция не се очаква в скоро време да се промени (Графика 3).

Относителният дял на жи-



Доц. д-р Диана Иванова



Северина Вълчанова

България, който по-скоро е автомобилният застрахователен пазар с леко изразени тенденции на разширяване на имущественото застраховане и на различни видове отговорности.

През 1999 г. е установено

най-ниското съ-

отношение жи-

вотозастраховане/общо зас-

траховане -

10,2:89,8. По-къ-

сно тази тенден-

ция е овладяна

благодарение

на по-високите

темпове на при-

раст на живото-

застраховане-

то, като съотно-

шението възли-

за на 11,4:88,6.

И досега живото-

тозастраховане

остава далеч

зад общото зас-

траховане и от

практиката в

развитите

държави, където

животозас-

траховките в

една или друга

степен преобладават в срав-

нение с имущественото застраховане

Друга тенденция, която се наблюдава от началото на тази година, е разместването сред лидерите на българския застрахователен пазар. До момента начело на класациите и в общото застраховане, и в животозастраховането е заемал големият застраховател ДЗИ. Тази година

обаче лидер в общото застраховане е ЗПАД „Булстрад“ с 19.49%, а в животозастраховането - ЗАД „Алианс България Живот“, който държи 26.18% от пазара.

Първите три компании по общо застраховане държат 50% от пазара, но в сравнение с миналата година се наблюдава процес на децентрализация - малките компании „изяждат“ пазарните дялове на големите. Степента на концентрация продължава да намалява и в животозастраховането. Даденото явление е израз на засилена конкуренция, което се определя като положителна посока в развитието на ЗП.

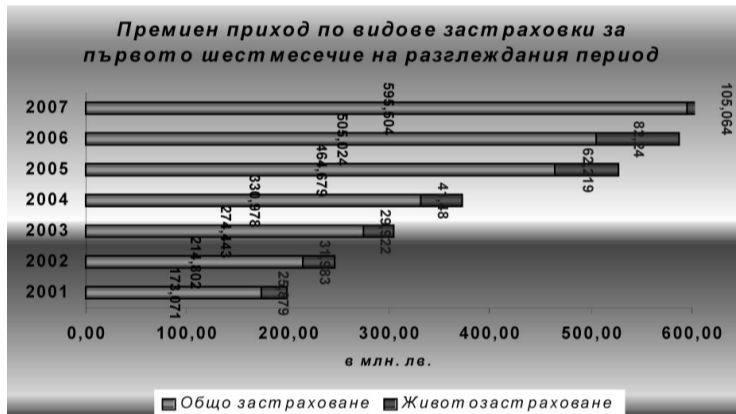
В заключение - българският застрахователен пазар е обещаващ пазар с потенциал за нарастващо търсене на застрахователни услуги и възможности за развитие в съответствие с европейските норми. Този потенциал следва да се поддържа с целенасочени усилия от страна на всички национални институции, тъй

като освен с мащаба си европейският застрахователен пазар се характеризира и с това, че е стриктно регулиран и високо конкурентоспособен. В интерес на страната ни е да следи отблизо промените, новостите и тенденциите в неговото развитие с оглед осигуряване на условия за стабилен и високоефективен национален пазар, отговарящ на интересите на обществото и допринасящ за икономическия растеж на България.

Повишаването на застрахователната култура е фактор, който би допринесъл за положителното развитие на пазара и достигането на европейските показатели. Необходимо е обаче предприемане на конкретни практически мерки от страна на застрахователните компании, които са водещи в този процес, на висшите училища и институциите.

Проучването на развитието на пазара е добра основа за по-нататъшни сравнения в сектора преди и след присъединяването на страната към Европейския съюз. Още повече че след присъединяването на България към ЕС картината още повече ще се промени. Необходимо е актуална, коректна и достатъчна информация за пазара като цяло, която да послужи на различни институции, компании и лица, оторизирани да вземат съответни управленски решения.

Провеждането на цялостно маркетингово проучване може да даде отговор на много въпроси, свързани със застрахователния пазар.



вотозастраховането в общия бизнес също е показателен за нивото на застрахователната култура в страната. Той обуславя и спецификата на ЗП в

леч зад общото застраховане и от практиката в развитите държави, където животозастраховките в една или друга

СРЕЩИ

Ст. н. с. д-р Митко Димитров, директор на Икономическия институт на БАН и съветник на президента по проблемите на икономическите стратегии

ПОСТАВЯМЕ ПРОБЛЕМИТЕ „НА СВЕТЛО“

(Продължава от стр. 10)

- **Защо тази стратегия е до 2020 година?**

- Защото искаме да се съобразим със седемгодишните финансови и планови периоди, с които работи ЕС - периоди за субсидии, финансиране и т.н. Седем години по принцип са малък срок, затова предвидихме два такива периода - 2007-2013 и 2014-2020 година. Според нас това е достатъчно време, за да може чувствително да се почувстват промените в България. А за повече от 15 години процесите стават трудно контролируеми.

- **А вярно ли е, че стратегията за ускорено икономическо развитие на България до 2020 г. предвижда през първите 2-3 г. растежът на БВП да е 6%-7% годишно, като до 5-6 години може да се постигне ръст и до 8%-9% годишно, след което ръстът ще се забави и успокои около 4%-6% годишно?**

- Дори и в момента имаме 6-7 на сто ръст годишно. От 1998 г. ръстът беше по 4-5 процента годишно, после 5-6



процента, докато сега е 6%-7% годишно. Дори да не се направи нищо, този темп се постига. Съпоставено с другите държави е така, че развитите държави имат по-нисък темп на икономиката. За нас е важно чрез разработването на неизползваните ресурси да постигнем едно увеличаване на сегашните темпове с още 2 процента в продължение на 5-6 години, а това не е непостижима задача. Ние имаме достатъчно работна сила и неизползвани природни ресурси, очакват се достатъчно външни и вътрешни инвестиции, просто факторите за растеж трябва да се използват в по-голяма степен. Дори за Източна Европа това

не са непостижими темпове - например Прибалтика (Естония, Латвия и Литва) има подобни темпове, между 7-9 на сто още от 2000 година. Има страни, които използват ресурсите си в достатъчна степен и постигат такъв ръст, с други думи, това не са огромни темпове, а реалистични.

- **А изглежда доста „висока летва“...**

- Трябва да се разбере, че ние не правим прогноза за следващите 15-20 години как ще се развива икономиката ни без усилия. Това е стратегия и в действителност означава, че само ако се изпълнят предписанията на стратегията, могат да се достигнат тези резултати. В противен случай, ако не се вземат мерки, нищо няма да се промени - стратегията е по-активна от прогнозата.

- **И тази стратегия „виси във въздуха“ като ефимерност, като облак, ако властимащите не се вслушат в предписаното от учениците икономисти, така ли?**

- Нашата идея е, разчитай-

ки на авторитета на президента, да поставим проблемите „на светло“ и да предложим решение, така както го виждаме ние. Но тази стратегия е отворена. Тя разчита на това, че и други заинтересовани общности, професии, институции ще вземат отношение по повдигнатите теми. На тази основа в обществото може да се стигне до консенсусно мнение. Тогава правителството би трябвало да прилаги тази стратегия независимо кое е това правителство. Защото става дума за дълъг период от време - до 2020 г., в който ще се вмести няколко правителствени, парламентарни и президентски мандата.



Консултации и
тренинги в
MV Consulting Ltd. областта на:

- Професионални умения при продажбата на животозастрахователни продукти.
- Мотивация, активност, задържане и ефективност при работа с мрежа от посредници в застраховането.
- Умения за презентирание и убеждаване, водене на преговори, работа с възражения.
- Комуникативни умения, ефективно взаимодействие и работа в екип.

Email: mvc@techno-link.com

☎ 02/8466359,
GSM 088 786 1109
София 1124,
ул. „Мизия“ № 19,
ет. 1, ап. 3