

Доц. д-р Радослав Габровски,  
катедра „Индустиален бизнес и предприемачество“ - СА „Д. А. Ценов“, Свищов

# ПАЗАРНОТО ЗАСТРАХОВАНИЕ Е БИЗНЕС, НО БАЗИРАЩ СЕ ПРЕДИМНО НА МАТЕМАТИКАТА, ПРАВOTO И МАРКЕТИНГА



(Продължава от стр. 7)

В последно време се изтъква индикацията за чувствителен **спагв** обхвата на застраховката (от 97% на около 91,02%) и за сериозен **нисък ръст** (само от 0,4%), граничещ със застой, в премийния приход на разглежданата застраховка за първото шестмесечие на 2007 г. спрямо същия период на 2006 г. Това не е особена изненада, а напротив - трябва да се очаква. Основният влияещ фактор през 2006 г. беше **бурната и масова акция** за пререгистрацията на МПС, при която за много кратко време бяха обхванати над 95% от МПС в страната. За застраховането ефектите от така проведената акция биха могли да се формулират по следния начин:

а) **първоначално** бе генериран **огромен** премийен приход за периода на интензивна пререгистрация;

б) за изключително кратко време бе постигнат **„бум“** в обхвата (от 60%-65% на 97%), с който **изненада** дори ЕС.

През следващата 2007 г. нещата в двете посоки се „успокоиха“ и последва **относително задържане** на резултатите. Това е нормално, защото всеки бързо и лесно постигнат положителен ефект е краткотраен и бързо се стопява. Причините за „задържането“ могат да бъдат различни и те трябва да се изследват.

Възможно е „задържането“ на равнището на премийния приход да се дължи и на факта, че за сключението по време на масовата акция (април-май-юни на 2006 г.) застраховките вноски са инкасирани и отчетени за 2006 г., а подновяването следва да стане през второто полугодие на 2007 г. Следва да се отчете още ефектът и влиянието на **несъбраните части от разсрочените** (особено при едномесечните и шестмесечните) застрахователни вноски, което почти съвпада с разглеждания шестмесечен период. В резултат на подобен ефект към края на годината обхващат вероятно още ще спадне.

Може би има известно влияние и фактът, че някои от собствените (особено на по-стари автомобили) само пререгистрираха МПС, за да не отпаднат от регистрация, заплатиха част от годишните вноски, а останалата част предстои да плащат по-късно. Вероятно има и такива от тях, които **не използват** МПС активно и **рискуват** да ги скратят „на тъмно“ и по-кърищата без сключена застраховка, защото тя струва около полови-

ната от стойността на МПС.

Не е много логично, а и е несериозно, да се твърди от застрахователи, че **отниските цени на застраховката страдат най-вече потребителите**. Защо и какви са аргументите, тъй като при цената например на сиренето не е така? В случая конотацията е доловима, но клиентите разбират нещата предимно в прав текст и в прекия смисъл, затова метафори не бива да се изказват.

От изложеното дотук, а и от представената информация, може да се направи основният извод, че **поне засега** както тарифните ставки, така и общият обем на застрахователните вноски за периода са били достатъчни. Доказателство за това е особено **огромният**

**положителен финансов резултат**, генериран от компаниите през 2001-2006 г. Вижда се ясно, че той както ежегодно, така и за целия период, е бил в абсолютни и относителни размери, почти **двойно** по-големи от тези на изплащаните обезщетения. Ето защо не без основание смятаме, че през целия разглеждан период от този значителен финансов резултат е можело да бъдат заделени повече средства в запасния фонд. Така щеше да бъде постигнато по-плавно и безболезнено постепенното повишаване на вноските. Това е осъществено и през следващите години. За целта е необходимо обаче преосмисляне и задълбочен анализ на застрахователнотехническите резултати, сметните застрахователни основи и калкулациите, застрахователнотехническият план на застраховката и начините на работа, главно маркетингът. Сега съществуващите възможности и налични резерви на застрахователите позволяват **постигането на гъвкавост и оптималност в застрахователните калкулации и управлението на застрахователните плащания**. В това отношение не липсват извращения на изтъкнати специалисти от практиката и от КФН, които прогнозираят, че равнищата на вноските почти **ще се задържат** и тази година. Така смятам и аз, защото всяка година почти винаги все така става. Това ще се види съвсем скоро, когато започне „голямото ръби“, особено през месец декември.

За оптималните равнища на застрахователните вноски имат значение и други фактори вътре в застрахователните компании и в бизнеспространството като цяло. В условията на глобалната хиперконкуренция, която все по-осезателно се усилва, пазарното застраховане изисква прилагането на рационален и адекватен **застрахователен маркетинг**. Трябва винаги да се има предвид, че на единия европейски застрахователен **пазар успешно ще продава качествени застрахователни продукти на оптимални цени**, и този, който е осъзнал, че **освен продукт се продава и обслужване**. В това отношение проучванията ни показват, че на развитите застрахователни пазари около 90%-95% от успеха в продажбите се дължи предимно на обслужването. Вече само усмихнатата и харизматична физиономия на агента или брокера **не са достатъчно атрактивни** елементи,

ако той не предлага на клиентелата **подходящи продукти (застрахователни пакети от решения**.

Застрахователният пазар е **динамична информационна система**, която сигнализира и поддържа обратната връзка със застрахователния бизнес чрез **цените (застрахователните вноски)**. Когато става въпрос за пласмента на една задължителна застраховка, каквато е разглежданата „Гражданска отговорност“, следва да се отчитат някои нейни по-конкретни особености и спецификата на пазара (напр. някои макропоказатели и др.), където тя се предлага. В това отношение също могат да се направят някои коментари и изводи, които евентуално да подкажат целесъобразни и възможни идеи.

С оглед на маркетингът като **продукт** застраховката „Гражданска отговорност на собствениците, ползвателите, държателите и водачите на моторни превозни средства“ произтича и се регулира **ex lege**, т.е. от закона. Този факт е твърде съществен в много отношения, но преди всичко за **тарифирането и за пласмента на застраховката**. Следователно той е от значение и за това дали вноските да бъдат повишени, или да останат по-поносими за клиентите - поне в близкото бъдеще. В това направление виждаме някои възможности, които са свързани също с особеностите на застраховката.

Поради задължителния характер на застраховката по **законодателен път** на пазара се налага един **стандартен по основните си същностно-съдържателни параметри (условия, обекти, интереси, рискове, лимити на отговорност и пр.) продукт**. С оглед на тази особеност при предлагането му отделните застрахователи са **ограничени и не могат** да се възползват от индивидуалните си конкурентни предимства. Като конкурентен елемент остава само **размерът на „цената“ (на вноската)**, която е, както беше казано вече, **функция от сметните основи** (развитието на риска в съвкупността, разнородните, застрахователната стойност на автомобилите) и **взетите предвид при калкулирането рисковите фактори**. При това положение за постигане на по-голяма обективност **рисковата премия** (частта, която най-пряко е свързана с развитието на риска) следва да се определи по **калькулативен път** върху принципите и инструментариума на актюерската техника. Целесъобразно е даже като **стабилизираща достъпност** на вноската елемент да се предвиди и, **добавка за сигурност**.

Във втората част **добавката за разности**, също са налице определени възможности за оптимизиране на размера ѝ - главно чрез **преструктурирането** на нейните съставните елементи. По този начин се създава възможност да бъдат освободени средства както за **допълнително захранване** (завишаване) на рисковата премия, така и за обособяване на „добавка за сигурност“ към нея. Взети заедно, двете величини ще формират вече структурата на нормална **то-премия**, която ще притежава големи компенсационни възможности, но трябва да се регламентира законодателно.

З а редуциране на част от разнородните е възможно използването на системата „банкашурънс“ и **електронната търговия**. Като съвременни начини на пласмент те могат да допринесат за значително намаляване **на аквизици-**

**онната работа**. Подобен подход би допринесъл за значително намаление (напр. на 5%-7%) на аквизиционната комисиона (която, както бе посочено по-горе, сега варира в границите на 25%-30% и повече от вноската). В такъв случай ще настъпят съществени промени и във функциите и ролята на традиционните посредници. Аргументите ми в това направление са следните:

**Първо**. Електронната търговия и „банкашурънсът“ бързо навлизат в застраховането и това е един от проблемите и на застрахователното регулиране в ЕС. В условията на хиперконкуренцията засега се забелязват някои симптоми на т. нар. **soft market (пазарът на потребителите)** - обстоятелство, което принуждава застрахователите да „**скъсяват**“ **логистичните вериги на предлагането и така да намаляват маржа на разности** (за сметка задържане на „цените равнища“ и маржа на печалбата. Неминуемо, и то много скоро, **това ще се случи** и на българската територия от единния европейски застрахователен пазар, тъй като събитията, както личи, няма да ни подминат.

**Второ**. Всяка финансова група се обслужва от собствена търговска банка, което позволява по-голямата част от пласмента на застраховките **да се поеме** от по-евтиния по принцип, банков сервиз. Така ще се постигне и гарантира много **по-строг контрол** върху целия **аквизиционен процес, върху застрахователната култура, управлението на отчетността, редовността, надеждността и сигурността на документацията, паричните потоци** и пр. До голяма степен ще се елиминират звена от „дистрибуторската мрежа“, които предлагат застраховката с атрактивни призиви от типа: **„ТукА се сключва застраховка „Гражданска отговорност“**. (sic!)

**Трето**. Чрез **банкашуранса** до голяма степен може да бъде **избегната** порочната практика за привличане на клиенти чрез **подаръци и други нерегламентирани отстъпки и „преференции“**. Така на клиентите ще се предлагат реални застрахователни продукти при по-справедливи актюерски и финансово обосновани застрахователни вноски.

**Четвърто**. Като се има предвид, че сключването на разглежданата застраховка е строго морално задължение за всеки автомобилист, чрез банкашурънса той може да „закупи“ застраховката по лична преценка на качествата на предлагания продукт и застрахователя, без да бъде съблазняван чрез подаръци или други нерегламентирани „услуги“. Поставянето на застраховането на гражданската отговорност на морални основи не е лесен процес. Може би за незастрахованите автомобилисти трябва да бъдат предвидени по-респектиращи санкции по начини, взаимствани от чуждестранната практика или от данъчната система.

Друг въпрос, който има връзка с разглежданата застраховка и също заслужава внимание, е източникът на средствата за алиментиране (набиране) на Гаранционния фонд. За застрахователната 2007-а година голям брой застраховани заплатиха за фонда по 10 лв., което може да се установи от застрахователните им полици. По мое мнение това е в противоречие с Кодекса за застраховане, тъй като подобни задължителни плащания там не са регламентирани, освен ако не се тълкуват произ-

волно някои от точките в чл. 287. В ал. ал. (1) и (2) т.т. 1-5 на този член категорично е посочено кой трябва да внася и откъде следва да се заделят средствата за фонда. Следователно, изглежда, платилите тази сума застраховани са доброволни дарители на фонда или са „глобени“ по невнимание...

Отново ще подчертая, че с пресектурирането на добавката за разности допълнително биха могли да бъдат освободени и заделени в процент или промил от премията средства и за Гаранционния фонд. Техният **размер** обаче следва да бъде **калкулиран по математически път на база развитието на риска** (както се предлага в една публикация на в. „Застраховател прес“ от 3.06.06 г.), а не по „правилото на палеца“ (който винаги сочи към тавана).

Така изложеното по-горе не дава изчерпателно решение на проблемите по застраховката „Гражданска отговорност“ на автомобилите. Остават някои въпроси, на които трябва да се търсят все още задоволителни отговори. Така например имат ли солидни, доказващи по безспорен статистически път, аргументи ниските равнища и дефицитът на премийния приход? Досега не съм срещнал подобни, а моите аргументи са данните в таблица 1, които показват друго състояние на нещата.

Дали се калкулира разумно, на базата на обективни сметни основи и реалното развитие на риска, издръжката на застраховките?

Защо, когато се твърди, че вноските по тази задължителна застраховка са недостатъчни и дефицитни, ежегодно в надпреварата по аквизицията се наблюдава повишена агресивност между компаниите? Щом е опасно ..... ?!

Дали оптимално се използват други възможности и форми за сътрудничество и взаимоотношения със сродни частни или държавни институции, както споменахме банкашурънса?

Дали няма опасност у нас или чрез Интернет да заработят чуждестранни застрахователи, за които вноските няма да са недостатъчни, защото по-добре калкулират или владеят механизмите на съвременното застраховане в хиперконкурентна среда. Както се съобщава, много (над стотина) такива вече са на прага на местния застрахователен пазар.

Досега се изтъква аргументът, че плащанията при застрахователни случаи в чужбина ще бъдат драстични. Може би, но ако се опасяваме от подобен феномен, убеден съм, че там няма да ни позволят безобразно да мачкаме и убиваме, както това става ежедневно по нашите пътища.

Н амерението ми беше не да дам изчерпателно и категорично решение на проблематиката, а само да засега онези проблеми, по които най-често се дискутира, но все още има какво да се желае за постигането на оптимални и справедливи отношения между застрахователи и клиенти. Защото застраховането е **гениално постижение на човечеството; по степента на развитието му в една държава може да се съди за равнището на цивилизованост и предвидливост, за материалната и духовната култура на нейната нация**.