

УДК 368.81

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТАРИФНОЙ СТАВКИ С ЦЕЛЬЮ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ОСАГО

Т.В. Калашникова, Н.В. Кривовяз

Томский политехнический университет
E-mail: tvkalash@tpu.ru

С использованием федеральной методики расчёта тарифной ставки для рискованных видов страхования для 40 российских страховых компаний по результатам их деятельности в сфере ОСАГО за 2004-2009 гг. были проведены исследования по уровню убыточности и соответствию тарифной ставки необходимому значению. Показано, что во всех изученных компаниях тарифы занижены, что может являться причиной убыточности обязательного автострахования вследствие недостаточного размера страховых сборов. Выявлен ряд проблем ОСАГО помимо размера страхового тарифа, вызывающих недовольство как автовладельцев, так и граждан, и требующих усовершенствования:

Ключевые слова:

Обязательное страхование автогражданской ответственности, актуарные расчеты, тарифная ставка.

Key words:

Motor Third-Party Liability, actuarial computations, rate of tariff.

Разговоры на тему обязательного страхования автогражданской ответственности (ОСАГО) вновь приобретают актуальность. Пожалуй, самой больной темой для обсуждения остается «тарифный вопрос» — ведь подавляющему большинству автовладельцев интересно лишь то, сколько придется заплатить за страховку. Страхование автомобилей стало первым видом обязательного страхования в мире. В любой, даже богатой, стране машина относится к наиболее дорогим предметам потребления. Не случайно кроме средств передвижения они служат и наглядной демонстрацией социального статуса человека. Ежегодно во всем мире растет количество автомобилей, а вслед за этим повсеместно растет количество ДТП. Сама ситуация заставляет людей прибегать к автострахованию.

Для того чтобы в результате дорожно-транспортного происшествия страхователю была гарантирована выплата хотя бы минимальная сумма страхования, введено обязательное страхование автогражданской ответственности. Ведь, несмотря на стаж водителя, никто не застрахован от неприятностей на дороге. Закон об обязательном страховании автогражданской ответственности принят практически во всех странах Европы. В некоторых бывших советских республиках, уже тоже введено такое страхование: в Белоруссии, Украине, Литве, Латвии, Эстонии, Молдове и Казахстане.

Наличие нескольких этапов становления в системе обязательного страхования говорит о ее эволюционном развитии. Каждый этап имеет свои особенности и характерные черты, которые присущи первостепенным направлениям автострахования. Также имеются основные проблемы, которые должны решаться при помощи данной системы. Так, сравнительно системы обязательного автострахования в разных странах, нужно отметить, что различия в системе могут быть связаны с разными этапами развития в цепочке эволюции автострахования. Соответственно и методы для решения тех или иных задач должны быть разными.

В настоящее время, страхование автогражданской ответственности приобрело всемирную популярность за счет расширения кругозора общества. 1 января 1953 г. в силу вступила «система Зеленой карты» — это международная система страхования обязательного страхования автогражданской ответственности. Россия вступила в эту систему с 1 января 2009 г. На сегодняшний момент, данная система охватывает 45 стран, в том числе 7 неевропейских (Албания, Марокко, Турция, Израиль, Иран, Кипр, Россия). Страны, которые являются участниками этой системы страхования, по заключенному между ними договору, должны признавать страховой полис данной ответственности на территории любой из стран-участников. Для организации данной программы необходимы бюро стран-участников, которые ведут контроль над наличием страхования при переезде границы, а также регулируют разрешение вопросов с наступившими страховыми случаями. Эти бюро объединены в Международное бюро, штаб-квартира которой находится в Лондоне. В России, пока лишь немногие страховые компании, например Ингосстрах и Росгосстрах, имеют полномочие выдавать страховые полисы иностранных компаний, которыми страхователь вправе пользоваться за рубежом.

Так, в 50–60-е гг. XX в. началось развитие ОСАГО в США, что было связано с послевоенными временами. Так, жители страны Старого и Нового Света уже научились оценивать свои риски относительно автогражданской ответственности. По опыту западноевропейских стран, судить о рентабельности ОСАГО можно лишь по прошествии трех лет. Закон об обязательном автостраховании в России был введен с некоторым числом льготных мер. Так, для ветеранов, пожилых и малоимущих граждан были введены статьи, которые оговаривают покрытие их рисков за счет владельцев более дорогих автомобилей.

В России при осуществлении обязательного автострахования прибегают к зарубежному опыту.

Например, используется опыт Бельгии, в которой, каждый страхователь при переходе в другую компанию обязан предъявить полис предыдущей страховой компанией с указанием класса бонус-малуса. Сразу решается проблема убыточных клиентов, которые бегают из компании в компанию, поскольку создание базы данных таких проблемных клиентов более тяжелый путь, особенно в наших условиях. Вместе с тем, если никто не хочет брать на страхование из ранее работавших с этим клиентом страховщиков, эти же страховщики не имеют право отказать этому клиенту при очередном обращении к ним. В этом случае они обязаны организовать пул и застраховать такого клиента.

В большинстве стран обязательное автострахование – убыточный бизнес, которым страховщики занимаются для привлечения клиентов к добровольным видам страхования. Ни в одной стране автострахование не приносит баснословных доходов страховым компаниям. Во всем мире уровень рентабельности этого вида страхования достигает не больше 2...3 %. Страховые компании воспринимают обязательное автострахование исключительно как социальное страхование. Опыт введения обязательного страхования автогражданской ответственности за рубежом показывает, что убыточность этого вида страхования в полной мере проявляется на 2–3-й год действия программы. Однако практика обязательного страхования автогражданской ответственности показывает, что не во всех странах этот вид страхования обречен на убытки, и пониженные тарифные ставки не причина убыточности, это следует из примера с Израилем и Японией.

На сегодняшний день в экономике России наблюдаются значительные изменения, с каждым днем усиливается внимание на положение страховой системы, так как именно за счет страхования снижается социальная напряженность и стабилизируется экономический рост. Развитие страховых отношений предполагает появление на рынке финансово-устойчивых страховщиков. К основным же факторам, позволяющим сохранять финансовую устойчивость страховой компании, обычно относят рациональную тарифную политику, которая обеспечивает адекватное соответствие цены на страховые услуги с принимаемым на страхование риском и расходами страховой компании на заключение и сопровождение договоров страхования. Для страховой компании одинаково опасно как занижение страховых тарифов, что приводит к риску банкротства из-за невозможности выполнения обязательств перед страхователями; так и их завышение, что снижает привлекательность страховой компании перед страхователями и может привести к противоречиям с государственными органами.

Один из фундаментальных принципов страхования состоит в том, что риски многих страхователей передаются страховщику в обмен на фиксированные страховые премии. Поэтому для страховщика возникает вопрос: как сбалансировать вели-

чину устанавливаемого им страхового тарифа с теми совокупными потерями, которые ему придется возместить, а это целый комплекс проблем. Помимо факторов, обусловленных определенным видом страхования, страховщик должен принимать во внимание требования страховых надзорных органов, рыночную конкуренцию, инфляцию и многое другое [1].

Проблема актуарных расчетов была актуальна на протяжении всей истории страхования, ведь от размера определенной тарифной ставки зависит и будущее страховой компании, и желание страхователя приобрести ту или иную страховую услугу. Решение этой проблемы требует не только обязательное наличие опытных специалистов, но и выбора методики расчета.

Расчет страхового тарифа – весьма ответственная и требующая высокой квалификации работа, в основу которой положены теория вероятностей и теория случайных процессов, описывающая закономерности в наступлении случайных событий, статистический анализ конкретных рисков (такой, как составление страховых таблиц заболеваемости и смертности), математическое моделирование и ряд других областей знаний. Цена страховой услуги имеет верхнюю и нижнюю границы. Завышение цены ведёт к падению спроса на услугу, и страховая компания теряет клиентов. С другой стороны, недостаточно высокие цены вызовут нехватку денежных средств, то есть риски не будут скомпенсированы взносами и это грозит убыточностью. Нижняя граница цены страховой услуги определяется соотношением между премиями страхователей и выплатами страховых компаний, а также с учетом затрат страховых компаний. Верхняя граница цены страховой услуги определяется другими факторами: размерами спроса и предложения на неё и величиной банковского процента по вкладам. Однако на страховом рынке, как и на любом товарном рынке, существует тенденция выравнивания уровней страховых тарифов.

Рынок обязательного страхования автогражданской ответственности в некоторых странах существует уже около пятидесяти лет и достаточно развит. Отличием является и то, что в странах-членах Европейского союза страховые компании рассчитывают тарифные ставки самостоятельно. Актуарные расчеты тарифов в компаниях производятся с использованием обобщенно-линейных моделей (*Generalized Linear Models*), приобретающих всё большую популярность в актуарной практике. В России нет возможности применить правило самостоятельного установления тарифов по обязательному автострахованию из-за высокой конкуренции на этом рынке. Также для самостоятельного расчета тарифных ставок необходимы достоверные статистические данные, которые, например, в бывших советских республиках собрать очень трудно хотя бы из-за недостаточного опыта по необходимым видам страхования. Поэтому при

обязательной форме страхования в России тариф устанавливается Федеральным законодательством, а при добровольной – страховой компанией. Однако, поскольку страхование является одним из инструментов конкуренции, воздействующим на привлечение страхователей, то соблюдение принципов построения страхового тарифа контролируется Федеральной службой по надзору за страховой деятельностью (Росстрахнадзором), чтобы не допустить его чрезмерного занижения или завышения.

С целью урегулировать устанавливаемые тарифные ставки в 1993 г. Федеральная служба России по надзору за страховой деятельностью издала Распоряжение № 02-03-36, в котором установлены две методики расчёта тарифных ставок по рисковому виду страхования. Выбор методики зависит от имеющихся данных и соблюдения ряда условий.

Первая методика (I) предназначена для расчета тарифов, как по отдельному риску, так и по страховому портфелю, содержащему произвольное количество видов страхования. Методика применима для расчета тарифов по рискам, характеризующимся устойчивостью их реализации в течение 3...5 лет и представленных достаточно большой группой договоров. Условием исполнения данной методики является независимость наступления страховых случаев по отдельным договорам. В качестве исходных данных для расчета тарифов используют показатели вероятности наступления страхового случая, предполагаемого количества договоров страхования, дисперсии выплат страхового возмещения.

Вторая методика (II) предназначена для расчета тарифных ставок по отдельному виду страхования. Расчет тарифных ставок основан на анализе фактической убыточности за 3...6 лет. Исполнение данной методики не связано с требованием независимости наступления страховых случаев по отдельным договорам, а вероятность наступления страховых случаев может, меняться в течение анализируемого периода. Методика применима только в том случае, когда динамика фактической убыточности, на основании которой делается прогноз будущей убыточности, хорошо описывается функцией первого порядка. В частном случае убыточности могут быть примерно одинаковые. К исходным данным предъявляется требование сопоставимости во времени: постоянный объем страхового портфеля, исключение влияния инфляционных процессов.

Обязательное страхование автогражданской ответственности имеет некоторые особенности. Такие факторы как географическое положение, мощность двигателя автомобиля, место регистрации автомобиля и многое другое определяют размер тарифной ставки. Но, несмотря на это, страховые компании учитывают всевозможные факторы, влияющие на эти показатели, и рассчитывают ставки со скидками и коэффициентами к стандартным тарифам.

Закон об обязательном страховании автогражданской ответственности в Российской Федерации

вступил в силу 1 июля 2003 г. В Законе определена страховая сумма, в пределах которой страховщик обязуется при наступлении каждого страхового случая (независимо от их числа в течение срока действия договора обязательного страхования) возместить потерпевшим причиненный вред и которая составляет 400 тыс. р [2]. В европейских условиях страховщик, занимающийся «автогражданкой», принимает на себя колоссальные по российским меркам обязательства. Страховые суммы в ряде стран, например, в Швеции, измеряются десятками миллионов евро. В некоторых государствах, в частности, во Франции, Бельгии и Финляндии, лимиты ответственности по «жизни и здоровью» и вовсе отсутствуют. Иными словами убыток по одному ДТП может достигать невиданных для России размеров. Для российского страхового рынка, весь объем которого сравним с финансовыми ресурсами одной крупной западной компании, ОСАГО «по-европейски» кажется куском, который он не в состоянии проглотить. При этом «автогражданка» во всем мире остается малорентабельным видом бизнеса. Убыточность в 80...90 % по данному виду страхования в мировой практике считается нормальной. Это не тот бизнес, на котором делается прибыль.

Несмотря на то, полис становится каждый год на 5 % дешевле, т. к. многие водители получают скидку за безаварийную езду (система бонус-малус), тарифы за период с 2003 г. повышались уже 3 раза. И выплаты растут, так как стоимость восстановительного ремонта машин становится все выше по причине роста цен на новые автомобили и инфляции [3]. Однако темп роста выплат больше чем у премий. Поскольку в России, как и в других странах, убыточность по ОСАГО превысила критический уровень в 77 % более чем в 65 регионах, с 2010 г. было принято решение об очередном повышении тарифов. Поскольку в отличие от зарубежных стран убытки по ОСАГО не возможно покрывать за счет взносов по добровольным видам страхования из-за неразвитости этого сегмента рынка. В качестве решения проблемы убыточности обязательных видов страхования можно предложить увеличить лимит ответственности, регулировать удельный вес этого вида страхования в портфеле страховой компании, а также и нетарифный метод – возможность выделения дотаций и дополнительное финансирование строительства автодорог и здравоохранения.

Опыт некоторых стран Восточной Европы показывает, что обязательное страхование автогражданской ответственности в некоторое время было совершенно убыточным, даже имея более высокие цены на тарифы чем в России. Но нужно не забывать, что цены на машины в России, значительно отличаются от стоимости их за рубежом, а соответственно и стоимость ремонта вариативна. Если принять правоту методик, разработанных Росстрахнадзором, то практические расчёты показывают: во многих компаниях реальный тариф по обязатель-

ному страхованию автогражданской ответственности значительно занижен, что может в дополнение к уже существующим факторам убыточности этого вида страхования, ещё больше ухудшить ситуацию на рынке. Но в настоящий момент размеры премий, привлекаемых страховыми компаниями, весьма внушительны и, следовательно, методики расчёта нуждаются в совершенствовании.

Используя методику расчёта (II), которая позволяет, опираясь на имеющиеся данные о совокупных поступлениях страховых сумм и выплатах страховых возмещений, определить размер тарифной ставки, для 40 российских страховых компаний по результатам их деятельности в сфере ОСАГО за 2004–2009 гг. были проведены исследования по уровню убыточности и соответствию тарифной ставки необходимому уровню [4]. Использовать методику (I) не представляется возможным, поскольку для нее необходимо знать выплаты страхового возмещения, которые являются коммерческой тайной любой страховой компании. Результаты расчетов представлены на рисунке.

Во всех случаях вывод однозначный: возможно, с точки зрения методики (I) тарифы вполне обоснованны, но с точки зрения методики (II) они занижены, что может являться причиной убыточности обязательного автострахования вследствие недостаточного размера страховых сборов. Однако мнения экспертов по этому вопросу расходятся: одни предлагают снижать тарифную ставку, потому что ее размер несоизмерим со средним уровнем жизни в России, другие предлагают повышать ее в

связи с ростом убыточности по виду страхования ОСАГО. Проблемой молодого страхового рынка является почти полное отсутствие так называемой актуарной статистики, использующейся при расчете тарифов, а также отсутствие единой страховой базы данных Российских компаний. Для «автогражданки» это данные по частоте страховых случаев в зависимости от места жительства, типа машины, опыта вождения и т. д., которые собираются компаниями в течение многих лет. Поскольку такой статистики не было, тарифы по обязательному страхованию автогражданской ответственности были взяты практически с потолка, и, по мнению еще одной группы экспертов, оценить адекватность тарифов по «автогражданке» сегодня невозможно: ни для повышения, ни для понижения тарифов аргументов пока что нет.

В связи с вышеизложенными проблемами можно предложить следующие способы совершенствования методов расчётов тарифных ставок:

1. Применять для расчёта прогнозной убыточности уточнённый регрессионный метод, где учитывается случайное отклонение. Обычный регрессионный метод приводит к необоснованному занижению рассчитываемой рискованной надбавки тарифной ставки, что в конечном итоге повышает риск страховой компании нарушить принцип эквивалентности между страховыми премиями и предполагаемыми страховыми выплатами по определенному виду страхования. Уточненный регрессионный метод позволяет повысить точность расчета тарифных ставок в



Рисунок. Прогнозируемые значения брутто-ставки и её реальное среднее значение

рисковых видах страхования, и тем самым снизить риск, который берут на себя страховые организации при страховании.

2. Применять модифицированный метод определения величины страховой премии. Для статической модели функционирования страховой компании используется асимптотическое разложение величины страховой премии по отрицательным ступеням величины начального резерва. При этом величина страховой премии определяется по принципу нулевой полезности. Основой для построения асимптотических оценок оптимальных страховых ставок и их погрешностей является теорема, содержащая соответствующие результаты для произвольного распределения объема страхового портфеля с известным и двумя первыми моментами при условии, что случайная величина асимптотически нормальна. Каждое из этих распределений с достаточной степенью точности может считаться абсолютно непрерывным.

3. Предлагается применять метод главных компонент, который может существенно повысить достоверность расчетов, так как имеет ряд преимуществ.

Возможность и целесообразность использования указанного аппарата обусловлена свойствами главных компонент:

- отсутствие корреляционной связи между ними;
- компактность представления информации;
- корректность и относительная простота экономической интерпретации главных компонент;
- подчиненность их закону нормального распределения.
- Эти свойства позволяют использовать аппарат регрессионного моделирования. Цель – получение аналитических зависимостей системы страховых показателей, формирующих брутто-ставку, не от исходных факторов-аргументов, а от полученных главных компонент.

Несмотря на выдвинутые предложения, даже если и удастся избежать проблемы убыточности, останется ещё несколько аспектов обязательного страхования автогражданской ответственности в России, вызывающих недовольство как автоладельцев, так и граждан, и также требующих усовершенствования:

- Участникам дорожно-транспортных происшествий нередко приходится долгое время (до 2...5 ч) ожидать сотрудников Государственной инспекции безопасности дорожного движения. Процесс оформления документов также длительный – до 4...6 ч. Не хватает сотрудников в самой инспекции, к работе с документами о дорожно-транспортных происшествиях допускаются только аттестованные сотрудники, не хватает бумаги, оргтехники и т. д. С 1 марта 2009 г. мелкие аварии можно оформлять без участия

сотрудников Госавтоинспекции. Для этого в ДТП должно участвовать только две машины, не должно быть пострадавших, максимальный ущерб не должен превышать 25 тыс. р, у обоих участников аварии должны быть оформлены полисы ОСАГО. В реальности страховые компании не принимают это решение, поскольку очень много вариантов мошенничества с мелкими авариями, включая имитацию ДТП для получения выплат. Улучшить ситуацию может система упрощенной подготовки документов – фотографирование на цифровые носители, связь со спутником и компьютерная обработка. В этом случае оформление возьмут на себя представители страховых компаний. На сегодняшний день наиболее актуальной задачей остается утверждение и выработка по России единых стандартов, обучение по соответствующим программам аварийных комиссаров, а также определенное поведение на дорогах.

- Отсутствие государственного органа, осуществляющего экспертизу, вреда, нанесенного здоровью, и утраты трудоспособности. Поэтому у пострадавшего есть только два варианта – договариваться со страховой компанией или обращаться в суд. В первом случае открывается широкое поле для злоупотреблений как со стороны страховой компании, так и со стороны пострадавшего. Во втором случае – потраченное время и нервы. Решением могло бы стать привлечение на коммерческой основе судебно-медицинской экспертизы (по аналогии с лабораторией судебной экспертизы для оценки ущерба транспорту) или иных медицинских учреждений, имеющих право на проведение экспертизы. Это позволило бы решить еще один вопрос – выставление больницами счетов по обязательному страхованию автогражданской ответственности за лечение одного и того же пострадавшего. Для решения этой проблемы необходимо определение порядка оплаты медицинских услуг и предоставление информации лицам, получившим увечья, о суммах, оплаченных за лечение по обязательному медицинскому страхованию.
- Отсутствие определенных формулировок в Законе об ОСАГО, описывающих четкую регламентацию прав страховщика и страхователя. Именно это становится причиной споров и тяжб. Решить отчасти эту проблему помогли бы создание специализированного арбитража и переход к «европейскому протоколу».

Зарубежный опыт свидетельствует, что использовать актуарные расчёты необходимо, чтобы достаточным образом уравновесить принимаемый на себя риск и величину полученных премий. Российский опыт показывает: чтобы уравновесить интересы всех сторон в страховом деле, следует усовершенствовать методы расчёта тарифных ставок и в срочном порядке решать другие проблемы, связанные с введением обязательного страхования авто-

гражданской ответственности. По оценкам аналитиков, на страховом рынке и, в частности, в таком его секторе, как автострахование, господствуют две основные тенденции: растет страховая культура населения и вместе с ней количество заключаемых договоров, но одновременно растет и количество

выплат, что приводит к массовому прекращению деятельности небольших страховых компаний (преимущественно региональных). В связи с этим аналитики прогнозируют, что уже к 2012 г. весь российский рынок автострахования будет поделен между десятком крупнейших страховых компаний.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вахтеров М.И. Актуарии – кто они? // Банковское дело в Москве №8(68). 2008. URL: <http://www.bdm.ru/arhiv/2000/08/50-52.html> (дата обращения: 20.01.2010).
2. Федеральный закон от 25 апреля 2002 г. № 40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» (с изменениями от 24.12.2002 г., от 23.06.2003 г., от 29.12.2004 г., от 21.07.2005 г., от 25.11.2006 г., от 30.12.2006 г. от 01.12.2007 г., от 23.07.2008 г., от 25.12.2008 г., от 30.12.2008 г., от 28.02.2009 г., от 27.12.2009 г., от 01.02.2010 г.) // Гарант.
3. Губейдуллина Г.Н. Длинный хвост «автогражданки». Выплаты по полисам уже догоняют премии. // Время новостей: № 204. 2005. URL: <http://www.vremya.ru/2005/204/8/138066.html> (дата обращения: 20.01.2010).
4. Самые надежные страховые компании // 2009. URL: <http://rating.rbc.ru/category.shtml?insur> (дата обращения: 20.01.2010).

Поступила 12.02.2010 г.

УДК 332.146.2

МАРКЕТИНГ ДЕСТИНАЦИЙ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ТУРИСТСКИМ РЕГИОНОМ

Л.Г. Кирьянова

Томский политехнический университет
E-mail: kiryanova@tpu.ru

Рассматривается новый подход к управлению туристским регионом – маркетинг дестинации. Маркетинговый подход рассматривает дестинацию как продукт, который необходимо формировать в соответствии с нуждами и ожиданиями потенциальных «потребителей» – туристов, который необходимо продвигать и развитием которого необходимо управлять. В статье рассматриваются основные задачи маркетинга дестинации, структура туристской дестинации как продукта, представлены ключевые этапы стратегического маркетингового планирования в формировании и развитии дестинации.

Ключевые слова:

Туризм, дестинация, территориальный маркетинг, маркетинг дестинации, продукт дестинации, стратегическое маркетинговое планирование.

Key words:

Tourism, destination, place marketing, destination marketing, destination product, strategic marketing planning.

Всемирная туристская организация (ЮНВТО, UNWTO) выделяет туристские дестинации как центральный элемент в процессе формирования и доставки турпродуктов [1]. Основным элементом туристской системы является территория, которая привлекает туриста, куда он совершает свою поездку и где проводит какое-то время – туристская дестинация (согласно определению ЮНВТО). Туристская дестинация как комплексное явление включает туристские аттракции, туристскую инфраструктуру, сопутствующий сервис.

Один из результатов активного развития туризма в мире – все большее число доступных для туристов дестинаций, при этом все меньшая индивидуальность отдельных мест отдыха, возрастание конкуренции между туристскими центрами. Перед ли-

цом глобальной конкуренции, когда туристские дестинации становятся легко заменяемыми, органы управления дестинацией включаются в настоящую битву за внимание и ресурсы туристов [1–3]. В зарубежной практике управления туризмом пришло понимание того, что дестинации должны заниматься маркетингом с такими же усилиями как предприятия занимаются маркетингом своих товаров и услуг.

Маркетинг туристских дестинаций можно определить как управленческий процесс, в рамках которого органы управления дестинацией и бизнес определяют целевые группы туристов (текущих и потенциальных), устанавливают с ними коммуникацию с целью выяснить и повлиять на их желания, нужды, мотивацию, предпочтения, отноше-