

## ЭКОНОМИКА

**Тимофеева Елена Михайловна**

старший преподаватель

НОУ ВПО «Международный институт компьютерных технологий»

г. Воронеж, Воронежская область

### ОПРОСЫ КАК ИНСТРУМЕНТ УЛУЧШЕНИЯ КОММУНИКАЦИЙ СТРАХОВЩИКА

***Аннотация:** страховщик предлагает свои страховые продукты конкретным потребителям и покупателям – страхователям. Выстраивая отношения со страхователями, он использует внешние коммуникации. Улучшению внешних коммуникаций способствует такой маркетинговый инструмент, как опросы. Насколько могут быть информативны и полезны результаты опросов, выясняет автор статьи, анализируя данные официального интернет-сайта. Прежде всего, автора интересует состояние и развитие страхования жизни в России, так как жизнь – это высшая ценность, которая в нынешнее время ставится под сомнение.*

***Ключевые слова:** сигналы страхователей, внешние коммуникации, опросы.*

Страховой рынок, как живой, постоянно развивающийся организм, реагирует на сигналы потенциальных и фактических страхователей, менеджмента страховых компаний, независимых экспертов. Мнения равнодушных к страхованию лиц могут и должны быть услышаны страховщиками для улучшения их внешних коммуникаций.

Для анализа этих сигналов воспользуемся материалами сайта Медиа-Информационной Группы «Страхование сегодня» (МИГ), проводящей периодические опросы посетителей сайта на различные темы, касающиеся вопросов, проблем и перспектив развития страхования в Российской Федерации. На данный момент нас интересуют результаты тех опросов, которые сигнализируют о состоянии и развитии страхования жизни, отношений между страховщиками и

страхователями, о снижении или повышении интереса к страхованию вообще, и страхованию жизни в частности (таблицы 1–5).

Таблица 1

Результаты опроса 22 марта – 19 апреля 2006 года на тему «Когда классическое страхование жизни наберёт силу в России?» [1]

Варианты ответов	Количество голосов	% от общего числа	Аргументация, количество голосов/% от общего числа
Через 6–10 лет	84	33,7	4/4,8
В ближайшие 3–5 лет	57	22,9	5/8,8
Через 11–20 лет	52	20,9	
Не раньше, чем через 20 лет	27	10,8	1/3,7
Никогда	20	8	2/10
Затрудняюсь ответить	9	3,6	1/1,1
Всего	249	100	13/5,2

Результаты опроса свидетельствуют о том, что значительная доля опрошенных (56,6%) уверены в развитии страхования жизни в Российской Федерации в среднесрочной перспективе, т. е. до 2020 года. Аргументирует свои ответы незначительное число респондентов, как страхователей, так и работников страховых компаний.

Следующий опрос по этой теме проводился уже через четыре года в период выхода из мирового финансово-экономического кризиса (таблица 2).

Таблица 2

Результаты опроса 3 июня – 15 июля 2010 г. на тему «Вы верите, что в России будет реально развиваться долгосрочное страхование жизни?» [2]

Варианты ответов	Количество голосов	% от общего числа	Аргументация, количество голосов/% от общего числа
Возможно, будет, но очень нескоро	172	49,1	3/1,7
Нет, это маловероятно	88	25,1	5/5,7
Да, конечно	73	20,9	3/4,1
Я считаю, оно давно уже развивается	12	3,4	1/8,3

Затрудняюсь ответить	5	1,4	
Всего	350	100	12/4,4

Настроения опрашиваемых изменились за четыре года с момента первого аналогичного опроса: 74,2% пессимистично смотрят на развитие страхования жизни в России, тем не менее, 24,3% уверены в его развитии. На настроения, скорей всего, сказываются сложные годы кризиса и посткризисного периода, возросший уровень инфляции, низкий уровень доходов респондентов.

Таблица 3

Результаты опроса 4 декабря 2007 г. – 18 февраля 2008 г. на тему «Вы лично застрахуете свою жизнь, если к сумме уплаченных страховых премий будет предоставляться налоговое освобождение по подоходному налогу на физических лиц?» [3]

Варианты ответов	Количество голосов	% от общего числа	Аргументация, количество голосов/% от общего числа
Вряд ли: всего 13% от взноса и перспектива потратить время в бюрократической волоките при возврате средств в налоговой – не лучший стимул для меня	187	30,2	2/1,1
Скорее всего, да, если у меня в тот момент будут деньги	157	25,4	5/3,2
Обязательно	146	23,6	9/6,2
Я и так уже застраховал жизнь	71	11,5	10/14,1
Не знаю	54	8,7	1/1,9
Всего	619	100	27/4,4

Результаты этого опроса, проведённого через полтора года после первого (см. таблицу 1), показывают, что интерес к страхованию жизни в России не снижается, а может даже повысится, если будут использоваться налоговые льготы в этом виде страхования (60,5% от общего числа опрошенных).

Аналогичный опрос был проведён в 2014 году, и процент заинтересованных в накопительном страховании жизни с учётом налоговых льгот возрос до 65,5%

(таблица 4). При этом снизился процент лиц, не желающих обращаться в налоговую инспекцию за социальным вычетом.

Таблица 4

Результаты опроса 20 февраля – 3 апреля 2014 г. на тему «Как бы повели себя лично Вы, если бы на взносы граждан по накопительному страхованию жизни (пенсий) был введён налоговый вычет по НДФЛ?» [4]

Варианты ответов	Количество голосов	% от общего числа	Аргументация, количество голосов/% от общего числа
Оформил бы вычет и заключил договор страхования	34	55,7	2/5,9
Игнорировал бы льготу, чтобы не заниматься оформлением документов в налоговой инспекции	13	21,3	1/7,7
Искал бы финансовые организации, располагающие схемами, как обналичить вычет	6	9,8	
Другие действия	3	4,9	
У меня нет доходов, облагаемых НДФЛ	3	4,9	
Затрудняюсь ответить	2	3,3	
Всего	61	100	3/1,9

Опрос, проведённый в конце 2011 г. – начале 2012 г., выявил причины, по которым потенциальные страхователи не страхуют свою жизнь (таблица 5).

Таблица 5

Результаты опроса 8 декабря 2011 г. – 24 января 2012 г. на тему «Почему Вы лично не страхуете свою жизнь?» [5]

Варианты ответов	Количество голосов	% от общего числа	Аргументация, количество голосов/% от общего числа
Не верю в долгосрочное инвестирование вообще	104	30,7	
Я лично страхую свою жизнь	63	18,6	4/6,3
Нет денег	50	14,7	
Не верю страховщикам	40	11,8	

Такую жизнь ещё и страховать?	33	9,7	
Не нравятся предлагаемые продукты	20	5,9	1/5
Нет достаточной информации	18	5,3	
Затрудняюсь ответить	11	3,2	
Всего	339	100	5/1,5

Страховщикам стоит обратить внимание на варианты ответов, набравшие наибольшую долю от общего количества голосов – 30,7%; 14,7%; 11,8%; 9,7% и 5,9%. Требуется повышение не только финансовой грамотности, но страховой и инвестиционной грамотности и культуры; разъяснение потенциальным страхователям (а это почти 80% от общего числа респондентов) отличий этих процессов, построение индивидуальных подходов к клиентам.

Результаты следующего опроса (таблица 6) говорят о том, что почти 20% опрошиваемых не заключают договоры страхования, но, по сути, являются потенциальными страхователями, с которыми надо работать. В то же время, у тех, кто имеет от 2-х до 5-и полисов, обязательно есть полисы личного страхования и страхования жизни.

Таблица 6

Результаты опроса 27 сентября – 8 ноября 2012 г. на тему «Сколько полисов в Вашей семье без учёта ОМС?» [6]

Варианты ответов	Количество голосов	% от общего числа	Аргументация, количество голосов/% от общего числа
2–3	113	35,4	3/2,7
4–5	63	19,7	2/3,2
Нет ни одного	53	16,6	
1	43	13,5	
6 и более	41	12,9	1/2,4
Затрудняюсь ответить	6	1,9	
Всего	319	100	6/1,9

Как следует из результатов следующего опроса (таблица 7), главными факторами выбора страховых полисов остаются его цена (33,6 %) и личные отношения с сотрудниками компании (25,3%). Второй фактор можно трактовать по-разному, но, если он способствует созданию совместной новой ценности для всех сторон отношений, следует обратить на него внимание.

Таблица 7

Результаты опроса 7 марта – 19 апреля 2013 г. на тему «Что является самым главным фактором выбора полиса гражданами и предприятиями?» [7]

Варианты ответов	Количество голосов	% от общего числа	Аргументация, количество голосов/% от общего числа
Цена	49	33,6	
Личные отношения с сотрудниками компании	37	25,3	1/2,7
Содержание договора	27	18,5	
Бренд страховой компании	17	11,6	
Срок деятельности страховщика, капитал, резервы	13	8,9	
Затрудняюсь ответить	2	1,4	
Не знаю	1	0,7	
Всего	146	100	1/0,7

Опрос, результаты которого представлены в таблице 8, показал, что страхователи отдают предпочтение каналу прямого страхования и агентскому каналу, т. е. для них важны непосредственные и профессиональные отношения со страховщиком. Значит, страховщикам следует активно развивать данные каналы продвижения страховых продуктов.

Таблица 8

Результаты опроса 5 июня – 17 июля 2014 г. на тему «Где лично Вы последний раз покупали страховой полис для собственных нужд?» [8]

Варианты ответов	Количество голосов	% от общего числа	Аргументация, количество голосов/% от общего числа

В офисе страховой компании	112	38,6	
В автосалоне, у дилера	46	15,9	
Вызывал агента на дом, в офис	24	8,3	1/2,7
Другое	13	4,5	
Я ни разу в жизни не покупал полис	11	3,8	
На точке продаж возле ГАИ, БТИ, посольства	10	3,4	
В банке	6	2,1	
Затрудняюсь ответить	2	0,7	
Всего	290	100	1/0,3

Результаты последнего опроса показывают страховщикам, по каким видам страхования следует работать со страхователями – юридическими лицами (таблица 9).

Таблица 9

Результаты опроса 25 декабря 2014 г. – 3 марта 2015 г. на тему «Какие страховые программы есть для работников на Вашем предприятии, по которым Вы лично застрахованы?» [9]

Варианты ответов	Количество голосов	% от общего числа	Аргументация, количество голосов/% от общего числа
Добровольное медицинское страхование	47	42,0	
На нашем предприятии нет никаких программ страхования	32	28,6	1/3,1
Затрудняюсь ответить	10	8,9	
Льготы по страхованию автомобиля и имущества	7	6,3	
Страхование от несчастного случая	6	5,4	
Долгосрочное страхование жизни или дополнительной пенсии	4	3,6	
Возможность страхования членов семьи	3	2,7	
Программы страхования на предприятии есть, но я по ним не застрахован	3	2,7	
Всего	112	100	1/0,9

Как показал опрос, значительное число предприятий пользуется программами личного страхования (51%), в большей степени добровольного медицинского страхования (42%), так как могут учитывать расходы по этим видам страхования при налогообложении прибыли.

Таким образом, опросы, проводимые различными службами, как маркетинговыми службами самого страховщика, так и официальными Интернет-порталами, представляющими достоверную информацию о страховании заинтересованным лицам, полезны для всего страхового сообщества. Насколько они информативны непосредственно для конкретного страховщика, решать ему самому в условиях перехода к клиентоориентированному подходу.

### ***Список литературы***

1. Когда классическое страхование жизни наберёт силу в России? / Голос рынка // Медиа-Информационная Группа «Страхование сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/votings/v10/?act=showRes> (дата обращения: 08.07.2015)

2. Вы верите, что в России будет реально развиваться долгосрочное страхование жизни? / Голос рынка // Медиа-Информационная Группа «Страхование сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/votings/v84/?act=showRes> (дата обращения : 08.07.2015)

3. Вы лично застрахуете свою жизнь, если к сумме уплаченных страховых премий будет предоставляться налоговое освобождение по подоходному налогу на физических лиц? / Голос рынка // Медиа-Информационная Группа «Страхование сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/votings/v47/?act=showRes> (дата обращения: 08.07.2015)

4. Как бы повели себя лично Вы, если бы на взносы граждан по накопительному страхованию жизни (пенсий) был введён налоговый вычет по НДФЛ? / Голос рынка // Медиа-Информационная Группа «Страхование сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/votings/v146/?act=showRes> (дата обращения: 08.07.2015)



5. Почему Вы лично не страхуете свою жизнь? / Голос рынка // Медиа-Информационная Группа «Страхование сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/votings/v110/?act=showRes> (дата обращения: 08.07.2015)

6. Сколько полисов в Вашей семье без учёта ОМС? / Голос рынка // Медиа-Информационная Группа «Страхование сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/votings/v123/?act=showRes#> (дата обращения: 08.07.2015)

7. Что является самым главным фактором выбора полиса гражданами и предприятиями? / Голос рынка // Медиа-Информационная Группа «Страхование сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/votings/v130/?act=showRes> (дата обращения: 08.07.2015)

8. Где лично Вы последний раз покупали страховой полис для собственных нужд? / Голос рынка // Медиа-Информационная Группа «Страхование сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/votings/v151/?act=showRes> (дата обращения: 08.07.2015)

9. Какие страховые программы есть для работников на Вашем предприятии, по которым Вы лично застрахованы? / Голос рынка // Медиа-Информационная Группа «Страхование сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/votings/v160/?act=showRes> (дата обращения: 08.07.2015)