

МАРКЕТИНГОВЫЕ И ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ РЫНКА АВТОСТРАХОВАНИЯ В РОССИИ

Г.М. МИШУЛИН, А.А. КОЛЬВАХ

*Кубанский государственный технологический университет
350072, г. Краснодар, ул. Московская, 2.
электронная почта: mgorg@yandex.ru.*

В статье систематизирован фактический материал о состоянии рынка услуг страхования; дана классификация факторов, обуславливающих развитие автострахования как одного из самых крупных сегментов страхового рынка; проанализированы данные о страховых организациях; обоснована и сформулирована проблемная область автострахования в России; приведены маркетинговые и правовые аспекты решения выявленных проблем.

Ключевые слова: автострахование, динамика рынка, структура страховых премий, страховые выплаты, концентрация финансовых ресурсов, проблемы развития рынка, пути разрешения проблем.

Актуальность темы исследования обусловлена с одной стороны, возрастающей ролью страхования в жизни общества, с другой стороны, наличием в этой сфере проблем правового, этического и информационно-коммуникационного характера, решение которых лежит в плоскости задач социально-экономического развития общества.

По данным службы Банка России по финансовому рынку, в едином государственном реестре субъектов страхового дела на 31.12.2013 г. зарегистрированы 407 страховых компаний.

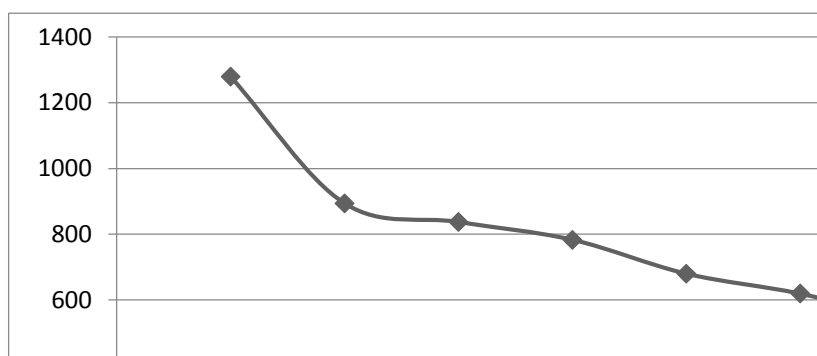


Рисунок 1. Динамика общего количества участников страхового рынка за период 2005- 2013 гг.

Анализ реестра показал, что в течение 8 лет наблюдается устойчивая тенденция сокращения числа действующих страховых организаций с 1280 в 2005 г. – до 459 в 2013 г. В 2013 г. общее количество страховщиков по сравнению с 2012 г. сократилось на 11,3 % или на 52 компании. Наглядно динамика указанного процесса представлена на рисунке 1.

Изучение различных источников информации позволило авторам свести воедино целый спектр мнений о причинах такого положения дел:

1. Увеличение требований к минимальному размеру уставного капитала [1].

2. Осуществление перехода на обязательную подготовку отчетности по МСФО [2] (повышение прозрачности, улучшение сопоставимости показателей и, как следствие, увеличение возможностей для анализа деятельности и облегчение доступа к международным рынкам капитала при отсутствии гарантий притока инвестиций за счет собственно новой формы отчетности).

3. Разрушительный характер конкуренции на российском страховом рынке, обострение которой было вызвано экономическим кризисом 2008 г.: основным оружием в борьбе за клиента стали ценовой демпинг и завышенные комиссионные агентам, что привело к тому, что к концу 2009 г. розничное страхование стало убыточным. Склонность к пагубным инструментам конкурентной борьбы, как и низкий горизонт планирования остаются на рынке до настоящего времени [3].

4. Распространение действия Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» на все виды договоров страхования [4], вызвавшее бурную реакцию со стороны страхового сообщества, которое не было ментально готово к столь жестким финансовым санкциям за нарушение страховщиками условий страховых сделок, и горячую поддержку юристов, выступающих на стороне страхователей и выгодоприобретателей [5]. Это можно проиллюстрировать на примере Липецкой области. «Суды региона буквально завалены исками граждан к страховым компаниям по спорам о выплатах по договорам ОСАГО и – в редких случаях – по КАСКО. По словам

зампредседателя Липецкого областного суда Галины Брик, только в 2012 году районными судами было рассмотрено 3258 дел этой категории. Еще 4500 споров между гражданами и страховщиками рассмотрели мировые суды. В то же время, по данным УГИБДД УМВД России по Липецкой области, в прошлом году было совершено чуть более 32 тысяч ДТП, в которых граждане имели право на получение страховых выплат по ОСАГО. Эта статистика говорит сама за себя. Практически в 97 процентах случаев мы удовлетворяем иски граждан к страховым компаниям, – говорит Галина Брик, – А значит, признаем, что страховые компании необоснованно отказали в выплатах этих сумм. И такие показатели не могут не насторожить. Очень неприятно видеть, как люди, которых государство обязало страховать автогражданскую ответственность и которые добросовестно это делают, вынуждены через суды отстаивать у страховых компаний положенные им по закону выплаты. Между тем в июне прошлого года Верховный Суд признал, что нормы закона о защите прав потребителей распространяются и на обязательное страхование гражданской ответственности. И теперь граждане, помимо выплат по ОСАГО, получили возможность взыскивать со страховых компаний и штраф с неустойкой. К слову, размер штрафа равен сумме взыскания. В судах признают, что эти меры могут негативно сказаться на финансовых показателях страховщиков, но надеются, что это стимулирует участников рынка решать вопросы о выплатах в досудебном порядке» [6].

5. Невозможность большого количества средних и небольших страховщиков достойно конкурировать с лидерами рынка; перераспределение спроса страхователей в пользу надежных компаний [7].

В то же время, как сказано в утвержденной Всероссийским союзом страховщиков (ВСС) в конце октября 2012 г. «Стратегии развития рынка страхования на период до 2020 г.» [8], ее реализация на практике приведет к прорыву на рынке страхования – от рынка объемом 665 млрд. руб. (23 млрд. долл. США) с уровнем проникновения страхования в 1,22% (без учета ОМС) от

ВВП по итогам 2011 г. к рынку с уровнем проникновения в 4-5% от ВВП к 2020 г.

Из мер, предлагаемых разработчиками «Стратегии» для стимулирования развития страхового рынка в России, внимание авторов статьи в границах объекта исследования остановилось на следующих:

- стимулирование автострахования, в том числе благодаря устройству более четкой и прозрачной системы учета;
- создание единой базы убытков по водителям, перевод розничного автострахования на цифровую систему обмена данными, использование других современных технологий («телематика» [9]);
- постепенная либерализация тарифов ОСАГО;
- принятие соответствующих поправок в законодательство;
- обновление и жесткое соблюдение системы «бонус-малус» [10].

Ряд независимых экспертов склонны говорить о том, что изложенные в Программе меры будут способствовать тому, что рынок страхования станет заметной частью финансовой системы страны.

Авторы статьи полагают, что изложенные в Программе меры являются необходимыми, но недостаточными для достижения прогнозных показателей развития рынка рассматриваемого вида страхования. Основанием для этого являются выявленные авторами негативные ожидания со стороны страховщиков, обусловленные:

- предполагаемыми изменениями в законодательстве, связанными с увеличением лимитов и сумм выплат по европротоколу [11] (а в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и Ленинградской области – с отменой ограничения по суммам);
- введением новой системы расчетов с пострадавшими;
- предлагаемым со стороны Банка России повышением территориальных коэффициентов, применяемых для расчета стоимости полиса ОСАГО;
- введение новых обязательных видов страхования [12], что повлечет за собой невозможность страхователей нести непосильное бремя этих видов

страхования и, как следствие, более реалистичный подход к реализации своих предпочтений в отношении новых, дорогих авто, что в свою очередь повлияет на объемы страховых премий.

Как выглядит рынок страхования сегодня и каково место на этом рынке автострахования (ОСАГО), можно проследить по актуальной статистике объема его страховых премий (таблицы 1,2).

Таблица 1 Крупнейшие страховые компании России по объему страховых премий в 2012 г. в сравнении с 2011 г.

№	Наименование страховой организации	Объем страховых премий в 2012 г., млн. руб.	Объем страховых премий в 2011 г., млн. руб.	Изменения, (%)
1	«РОСГОССТРАХ»	97 431,79	84 304,69	15,57
2	«СОГАЗ»	75 994,36	54 921,39	38,37
3	«ИНГОССТРАХ»	67 806,25	52 769,33	28,50
4	ОСАО «РЕСО-ГАРАНТИЯ»	51 828,07	44 935,38	15,34
5	«АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ»	34 159,51	28 233,28	21,00
6	СОАО «ВСК»	33 579,26	29 676,82	13,15
7	«СОГЛАСИЕ»	33 303,72	25 709,44	29,54
8	«АЛЬЯНС»	25 028,08	21 522,54	16,29
9	ООО СК «ВТБ Страхование»	22 786,63	8 530,85	167,11
10	ОАО «Страховая группа МСК»	19 953,43	19 424,71	2,72

Анализ данных таблиц показывает, что имеет место рост объемов собранных страховых премий, что отвечает прогнозам ВВС.

Таблица 2 Крупнейшие страховые компании России по объему страховых премий в 2013 г. (за 9 месяцев) в сравнении с 2012 г. (за 9 месяцев).

№	Наименование страховой организации	Объем страховых премий за 9 месяцев 2013 г., млн. руб.	Объем страховых премий за 9 месяцев 2012 г., млн. руб.	Изменения, (%)
1	«РОСГОССТРАХ»	78 005,90	73 539,90	6,07
2	«СОГАЗ»	71 849,00	61 704,90	16,43
3	«ИНГОССТРАХ»	51 187,60	50 264,10	1,83
4	ОСАО «РЕСО-ГАРАНТИЯ»	43 518,00	39 089,20	11,32
5	«АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ»	30 702,50	26 401,40	16,29
6	СОАО «ВСК»	27 778,10	24 781,60	12,09
7	«СОГЛАСИЕ»	30 753,70	24 736,20	24,33
8	«АЛЬЯНС»	24 232,40	18 237,60	32,87

9	ООО СК «ВТБ Страхование»	24 279,20	18 665,50	30,07
10	ОАО «Страховая группа МСК»	14 228,30	15 135,40	-5,99

В отношении объекта исследования авторами рассмотрена структура страховых премий. В 2013 г. ситуация складывалась следующим образом (рисунок 2): 18,3% - премии по обязательным видам страхования (14,8% - по ОСАГО и 3,5% - по остальным видам) и 81,7% - премии по добровольным видам страхования (в том числе 43,5% - по страхованию имущества, 23,1% - по личному страхованию, 9,4% - по страхованию жизни, 3,3% - по страхованию ответственности, 2,4% - по страхованию предпринимательских и финансовых рисков) [13].



Рисунок 2. Структура страховых премий

Как видно из диаграммы, ОСАГО является одним из самых крупных сегментов страхового рынка.

В 2013 г. здесь было собрано 134 млрд. рублей страховой премии, что составило 14,8% рынка.

Темпы роста премий в 2013 г. по отношению к 2012 г. составили 10,7% [7].

На рынке ОСАГО по итогам 9 месяцев 2013 года с сохраняющимся большим отрывом по объему собранных премий лидирует «Росгосстрах» (25,6 млрд. собранных премий), за ним следуют РЕСО-Гарантия (8,9 млрд. руб.) и «Ингосстрах» (7,6 млрд. руб.).

Первые 10 компаний этого сегмента собрали 76% всех премий.

В десятку крупнейших компаний по ОСАГО вошли также ВСК, «Страховая группа МСК», «АльфаСтрахование», СК «Согласие», «Альянс» (РОСНО), Страховая группа «УРАЛСИБ» и МАКС [9].

Другим важным показателем страхового рынка является объем страховых выплат.

В таблицах 3 и 4 приведены данные о страховых премиях, страховых выплатах по ОСАГО и их соотношению и приросту за 2009-2013 гг.

На рисунках 3 и 4 данные, приведенные в таблицах, представлены наглядно.

Таблица 3 Данные о страховых премиях и страховых выплатах по ОСАГО за 2009-2013 гг.

Показатель	Исследуемый период				
	2009	2010	2011	2012	2013
1. Премии, млн. руб.	85 736	91 657	103 432	121 211	134 248
2. Выплаты, млн. руб.	49 848	55 532	56 256	63 922	77 375
3. Премии/выплаты, %	58,1	60,6	54,4	52,7	57,6

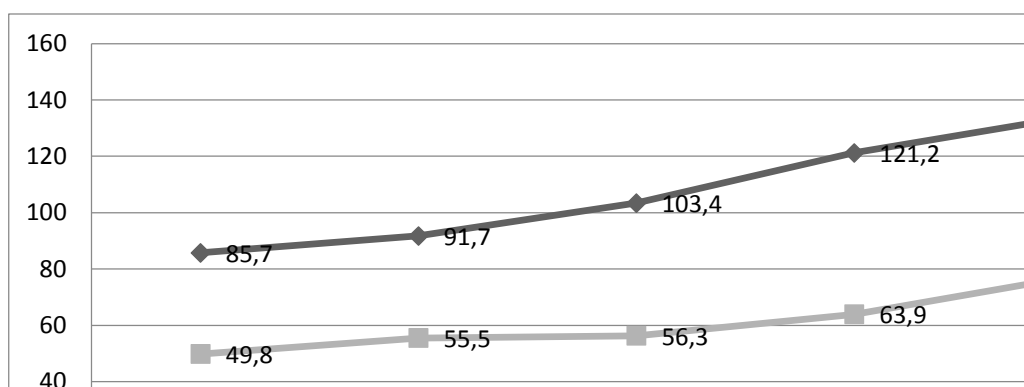


Рисунок 3. Сравнительная динамика страховых премий и страховых выплат по ОСАГО за период 2009-2013 гг.

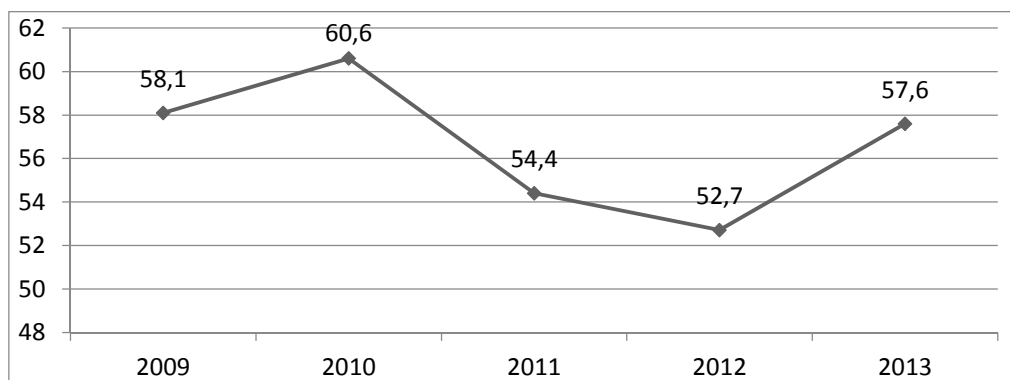


Рисунок 4. Динамика отношения страховых премий и страховых выплат по ОСАГО за период 2009-2013 гг., %

Таблица 4 Данные о приросте страховых премий и страховых выплат по ОСАГО за 2009-2013 гг.

Показатель	Исследуемый период			
	2010	2011	2012	2013
1. Прирост премий, %	7	13	17	11
2. Прирост выплат, %	11	1	14	21

В 2010 г. аналитики информационно-рейтингового агентства «SAIPRO» выдвинули гипотезу о наличии определенной закономерности, которая обусловлена взаимосвязанностью объема страховых премий и страховых выплат: увеличение объемов страховых премий непосредственно приводит к увеличению объема страховых выплат в абсолютном значении.

Гипотеза не нашла своего подтверждения в процессе накопления данных по исследуемому объекту за обозначенный период.

Не выдерживает критики и предложенный аналитиками Медиа-Информационной Группы «Страхование сегодня» способ подтверждения гипотезы, основанный на наличии т.н. годового лага между динамикой объемов страховых выплат и страховых премий: линию прироста страховых выплат отодвинуть на год назад, учитывая то, что на страховом рынке договоры страхования, в основном, заключаются на один год, и если в определенном году страхуется больше объектов, чем в предыдущем, то основная часть страховых выплат по данным договорам перейдет на следующий год [7]. Ведь для такого

<http://ntk.kubstu.ru/file/84>

рода предложений необходима, по крайней мере, статистика о распределении количества заключаемых договоров по ОСАГО в течение календарного года, которой сегодня аналитики не располагают. Кроме того, можно ли говорить о значимости для аналитиков соотношения прироста объемов страховых премий и страховых выплат по ОСАГО, не отталкиваясь от анализа статистики страховых случаев и соотношения результатов независимой оценки размера страховых выплат и размеров выплат, определенных страховыми компаниями, а также доли выплат, вызывающих сомнения с точки зрения юридической чистоты страхового случая. В то же время весьма интересным для определения места страхового рынка на финансовом рынке России является оценка динамики накопления страховыми компаниями финансового капитала в соотношении с уровнем удовлетворенности страхователями, повышением качества услуг, объективности и оперативности страховых выплат. В таблице 5 представлены сведения о страховых премиях и страховых выплатах за 2011-2013 гг. основных игроков, действующих на российском страховом рынке [7]. В таблицу 6 сведены данные по концентрации финансового капитала у перечисленных компаний за указанный период.

Таблица 5 Сведения о страховых премиях и страховых выплатах по ОСАГО крупнейших страховых компаний России за 2011-2013 гг.

Страховые компании	Страховые премии, млн. руб			Страховые выплаты, млн. руб		
	2011 г	2012 г	2013 г	2011 г	2012 г	2013 г
«РОСГОССТРАХ»	32 930	39 196	34 619	16 748	18 976	22 049
«ОСАО РЕСО-ГАРАНТИЯ»	9 679	10 324	12 406	5 657	5 637	6 288
«ИНГОССТРАХ»	7 811	12 160	9 680	3 694	5 829	7 214
ОАО «Страховая группа МСК»	7 068	7 727	8 574	4 304	5 556	6 477
СОАО «ВСК»	5 502	7 044	8 312	2 498	3 496	4 402
«СОГЛАСИЕ»	3 651	5 143	7 322	2 109	2 707	3 617
«АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ»	3 415	5 142	7 166	1 606	2 174	3 648
«АЛЬЯНС»	3 351	3 314	4 859	1 819	1 910	2 102
«УралСиб»	2 775	3 104	4 700	1 802	1 937	2 485
«МАКС»	1 973	2 280	3 855	1 343	1 619	2 521

Таблица 6 Сведения о концентрации финансового капитала по ОСАГО у крупнейших страховых компаний России за 2011-2013 гг.

Страховые компании	Финансовый капитал, млн. руб		
	2011 г.	2012 г.	2013 г.
«РОСГОССТРАХ»	16 182	20 220	12 570
«ОСАО РЕСО-ГАРАНТИЯ»	4 022	4 687	6 118
«ИНГОССТРАХ»	4 117	6 331	2 466
ОАО «Страховая группа МСК»	2 764	2 171	2 097
СОАО «ВСК»	3 004	3 548	3 910
«СОГЛАСИЕ»	1 542	2 436	3 705
«АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ»	1 809	2 968	3 518
«АЛЬЯНС»	1 532	1 404	2 757
«УралСиб»	973	1 167	2 757
«МАКС»	630	661	1 334

Как следует из материалов «Годового отчета Российского Союза Автостраховщиков за 2012 г.» [14], за 10 лет функционирования рынка автострахования суммарная разница между страховыми премиями и страховыми выплатами по ОСАГО составила 385 106 млн. руб. С учетом выплаты по ОСАГО в 2013 году в размере 78,1 млрд. руб., у страховщиков остались денежные средства в сумме 307 006 млн. руб.

Анализ представленных данных показывает, что страховые компании являются солидными концентраторами финансовых ресурсов, рациональное использование которых не может ограничиваться мерами по извлечению дополнительных доходов за счет инвестирования в перспективные проекты.

Как видно из представленного материала, в сфере ОСАГО имеется целый ряд проблем методологического характера. Ниже авторами концентрированно изложены эти проблемы и показаны пути их разрешения.

1. Отсутствие единой методики оценки ущерба, что приводит к существенным расхождениям в практической деятельности и конфликтным ситуациям. В частности, существуют методические указания по определению стоимости автотранспортных средств и стоимости их восстановительного ремонта для экспертизы в рамках ОСАГО, которыми пользуются страховые компании. По этим методикам стоимость запасных частей, материалов, применяемых для восстановительного ремонта – определяется по рыночной

стоимости, сложившейся в данном регионе на момент оценки с учетом автотранспортного средства. Расчет должен проводиться с учетом стоимости оригинальных запасных частей для данной марки. А страховые компании указывают стоимость неоригинальных запасных частей других производителей, стоимость которых может быть значительно ниже стоимости оригинальных запасных частей. Соответственно, и стоимость восстановительного ремонта страховая насчитывает в разы меньше реального ремонта. Существует еще и третья цена – цена дилерская. У дилера цена всегда выше, так как он закладывает в стоимость запчастей очень многие параметры (доставка, хранение, прибыль т.д.).

Именно поэтому, на первом этапе необходимо создать единую методику оценки ущерба и правила проведения технической экспертизы, а в дальнейшем – разработать методику формирования ценовых справочников (цены на запасные части, лакокрасочные материалы и ремонтные работы), широкодоступных и обеспечивающих прозрачность расчетов. Страховые компании указывают цену неоригинальных деталей, а независимая экспертиза стоимость у дилера. А необходимо прийти к реальной системе расчета по среднерыночным ценам, именно самой страховой компанией без посредников и экспертиз, что сохранит время и деньги, как потребителю, так и страховой компании. На момент написания статьи единая методика по оценке ущерба отсутствует.

2. Отсутствие системы повышающих и понижающих коэффициентов, реально мотивирующих страхователей к безаварийной эксплуатации автомобиля, которая должна учитывать целый спектр характеристик страхователя, в частности, пробег автомобиля за страховой период, количество лет эксплуатации данного авто данным водителем, количество зафиксированных нарушений ПДД, возраст водителя, социальный статус и пр. По указанным позициям должны иметься доступные базы данных у независимых организаций.

3. Территориальные диспропорции в размещении страховых компаний со своими страховыми фондами. Практически все страховые компании размещены в г. Москва и Московской области (из 20 самых крупных страховых компаний 15 находятся в г. Москва, 1 – в Московской области, а остальные 4 – в Ханты-Мансийске, Челябинске, Екатеринбурге и в Набережных Челнах). Решения по страховым случаям принимаются там же, что серьезно удлиняет процесс получения страховых выплат. Участие страхователя, расположенного в тех регионах (городах), где размещены филиалы, в этом процессе исключается, а результат носит императивный и уведомительный характер. Оспорить его можно только в суде. Филиалы же ни на какие контакты не идут, ссылаясь на решение вышестоящей инстанции. А в это время автомобиль не эксплуатируется, что наносит и материальный ущерб, и моральный вред страхователю, вызывая у него негативное отношение к системе страхования в целом. В этой части требуется не только разработка законодательных мер по демонаполизации страхового рынка, но и государственного стимулирования создания территориально и финансово приближенных к потребителю страховых компаний. Кроме того, сама услуга должна быть таковой, чтобы освободить страхователя от проблем, а не создавать их.

Здесь необходимы серьезные маркетинговые исследования, результатом которых может стать комплекс маркетинга услуги ОСАГО, который обеспечит лояльность потребителей, а значит и дальнейшее развитие рынка страхования в целом.

4. Отсутствие методики объективной оценки эффективности деятельности субъекта страхового рынка. Разработке такой методики должны предшествовать исследования, результатом которых станут критерии оценки, интегрирующие такие показатели в годовом разрезе, как соотношение результатов независимой оценки размеров страховых выплат и выплат, определенных страховыми компаниями; количество судебных дел, в которых ответчиком по поводу определенного ею размера страховой выплаты выступала страховая компания, и решение было принято в пользу страхователя, на тысячу

клиентов; доли выплат, вызывающих сомнение с точки зрения юридической чистоты страхового случая; сроков выплат по страховому случаю; времени, затрачиваемому страхователем на оформление необходимых для страховой выплаты документов; оперативность реакции страхователя на страховой случай; технико-технологический уровень обеспечения коммуникации «страхователь – страховщик» и др. Интерес к разработке методики должны проявить органы по контролю за финансовыми рынками, которые получают в инструмент, позволяющий с одной стороны, стимулировать страховые компании к повышению качества обслуживания клиентов, а не любыми способами наращивать собственный капитал, а с другой стороны, иметь основания для лишения неэффективных компаний лицензий.

5. Разрозненность и бессистемность страхового законодательства. Решение этой проблемы находится в практической интеграции и сочетании норм публично-правового характера с нормами частноправового характера. Например, нормы, определяющие надзорные и контрольные функции органа страхового надзора не должны поглощать и подавлять гражданско-правовую сферу деятельности страховых организаций, связанную с заключением и исполнением договоров страхования. Для этого нормы, регулирующие организацию и осуществление страховой деятельности, должны предусматривать специальные превентивные мероприятия, которые должны проводить субъекты страхового дела в целях предотвращения с их стороны нарушений страхового законодательства. При этом основной целью превентивных мер является создание необходимых правовых условий и правового поля для успешной реализации участниками страховых правоотношений своих прав и исполнения обязанностей [15].

Но только ли во имя реализации прав и исполнения обязанностей? Это – необходимое, но недостаточное условие гармоничного развития рынка страховых услуг. Что же является достаточным? – Как можно более полное удовлетворение потребностей клиентов за счет качества (удобства, полноты и пр.) предоставляемой услуги. Именно такой подход отвечает принципам

маркетинга, который является признанным рыночным инструментом [16]. В действительности же страховые компании в первую очередь заботит уровень их доходов, что вступает в противоречие с принципами маркетинга, влечет за собой стремление в как можно меньшем объеме (и максимально долго в пределах установленных законодательством сроков) реализовывать функцию материальной защиты клиентов: выплату адекватной страховой суммы. Так как материальная защита граждан является одной из форм социальной защиты, то регулирование и стимулирование гармоничных отношений в этой сфере является предметом деятельности государства (особенно если это касается сферы обязательного страхования).

ЛИТЕРАТУРА

1. Ежедневный финансовый журнал. URL: <http://daily-finance.ru/articles/2013-05-07/df/26580>.
2. Вознаграждение за риск: рынок страхования в России в 2013 году. URL: http://aszh.ru/wpcontent/uploads/Исследование-страхового-рынка_2013-КПИМЖ.pdf.
3. Мейланова М. ВВС принял Стратегию развития рынка страхования до 2020 г. / Экономика и жизнь. 2012. №44. С.81-89.
4. См. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» / Бюллетень Верховного Суда РФ, №9. Сентябрь, 2012.
5. См. Страхование и Закон о защите прав потребителей / Страхуй сам! Все о страховании. URL: <http://www.strahyi.ru/material/strahovanie-zakon-zaschta-prav-potrebiteley>.
6. Глазунова О. Липецкие суды завалены исками к страховым компаниям по ОСАГО // RG.RU Российская газета №6028 (52) от 12 марта 2013. URL: <http://www.rg.ru/2013/03/12/reg-cfo/osago.html>.
7. По материалам Медиа-Информационной Группы «Страхование сегодня». URL: <http://www.insur-info.ru/press/86302/>.

8. Всероссийский союз страховщиков. URL:
<http://www.insunion.ru/assets/files/20121022%-20RIMS%20whitepaper%20vsent.pdf>.

9. Телематика – это соединение телевидения с компьютерными устройствами для интегрированной обработки и передачи информации. URL:
<http://bourabai.kz/telematics/>.

10. Коэффициент Бонус-Малус – скидка за безаварийную езду, один из показателей, влияющих на стоимость страхового полиса.

11. Европротокол – система, позволяющая оформить документы о дорожно-транспортном происшествии без участия уполномоченных на то сотрудников полиции с целью последующего получения страховой выплаты по ОСАГО. Европротокол в рамках ОСАГО - это упрощенная система оформления мелких ДТП (до 25 тыс. рублей) без помощи ГИБДД или аварийных комиссаров.

12. К примеру, страхование ущерба, нанесенного вредным или опасным производством, страхование профессиональной ответственности, экологическое страхование, страхование жилья.

13. «Информационно-консалтинговая группа «Бизнес-Сервис». URL:
<http://wiki-ins.ru/news/22-newswiki-insru/16287-statisticheskie-dannye-po-itogam-deyatelnosti-straxovshhikov-za-2013-god.html>.

14. Десять лет успешной работы. Годовой отчет РСА за 2012 год / Сайт Российского Союза Автостраховщиков. URL:
http://www.autoins.ru/ru/about_rsa/otchet.

15. Абрамов В.Ю. Проблемы правового регулирования страховой деятельности в Российской Федерации: Автореф. дис. д-ра. юрид. наук. М., 2011.

16. Мишулин Г.М. Маркетинг: системообразование и концептуальные трансформации // Управленческие науки. 2013. №4 (9). С.49-53.

REFERENCES:

1. Ezhednevny finansovy zhurnal. URL: <http://daily-finance.ru/articles/2013-05-07/df/26580>.
2. “Reward of risk: the insurance market in Russia in 2013”, URL: http://aszh.ru/wpcontent/uploads/___Исследование-страхового-рынка_2013-КПИМЖ.pdf.
3. Meilanova, M. “BBC adopts the Strategy of the insurance market development till 2020”, *Ekonomika i zhizn'*, 2012. no44. pp.81-89.
4. See: The Decree of the Supreme Court Of the RF No 17 of June 28, 2012 “On adjudication of civil controversies on consumer rights protection”, *The Bulletin of the Supreme Court of the RF*, no 9, September, 2012.
5. See: “Insurance and the Law on consumer rights protection”, *Strahui sam! Vsyo o strahovanyi*, URL: <http://www.strahyi.ru/material/strahovanie-zakon-zaschta-prav-potrebiteley>.
6. Glazunova, O. “The courts of Lipetsk are engulfed with OSAGO insurance claims”, *RG.RU Rossiyskaya gazeta*, no 6028 (52), March 12. 2013, URL: <http://www.rg.ru/2013/03/12/reg-fo/osago.html>.
7. On the materials of the Media-Information Group “Strahovaniye segodnya”, URL: <http://www.insur-info.ru/press/86302/>.
8. All-Russian Union of Insurance Carriers, URL: <http://www.insunion.ru/assets/files/20121022%-20RIMS%20whitepaper%20vsent.pdf>.
9. “Telematics is a combination of television with computer appliances for integrated processing and transmission of information”, URL: <http://bourabai.kz/telematics/>.
10. Bohus-Malus coefficient is the discounting for accident free driving, one of the indexes affecting the price of an insurance policy.
11. A europrotocol is a system which allows to issue the documents on the road accident without the police representatives in order to claim the OSAGO insurance. This is a summary procedure for registration of minor road accidents (with claims under 25 thous. rubles) without the road police or accident commissioners.

12. For example, the harmful or dangerous industry damage insurance, professional liability insurance, catastrophe insurance, residence insurance.

13. The Information-consulting Group “Business-Service”, URL: <http://wiki-ins.ru/news/22-newswiki-insru/16287-statisticheskie-dannye-po-itogam-deyatelnosti-straxovshhikov-za-2013-god.html>.

14. “Ten years of successful work. The annual report of the Russian Union of Car Insurance Carriers for the year 2012, URL: http://www.autoins.ru/ru/about_rsa/otchet.

15. Abramov, V.Y., The problems of legal regulation of insurance activities in the Russian Federation: The author’s abstract of a PhD thesis, Moscow, 2011.

16. Mishulin, G.M., “Marketing: system forming and concept transformations”, *Upravlencheskiye nauki*, 2013. no4 (9). pp.49-53.

*MARKETING AND LEGAL ASPECTS OF MARKET AUTO
INSURANCE IN RUSSIA*

G.M. MISHULIN, A.A. KOLVAKH

*Kuban state technological university
350072 Moskovskaya street, 2, town of Krasnodar
e-mail: mgorg@yandex.ru*

The article provides a system of the present-day insurance market services data and gives a classification of factors determining the development of car insurance as one of the largest segments of the insurance market. The data about the insurance companies are analyzed. The article also formulates and substantiates the problem area of car insurance by examining and describes the marketing and legal aspects of solution of the revealed problems.

Key words: car insurance, market dynamics, premium structure, benefit payment, concentration of funds, market development problems, ways of solution of problems.