

СТРАХОВКА НА ЖИЗНЬ

ДО СЕРЕДИНЫ 2008 ГОДА РЫНОК СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ ДЕМОНСТРИРОВАЛ ЕЖЕГОДНЫЙ ПРИРОСТ НА УРОВНЕ 30–40%. С НАЧАЛОМ КРИЗИСА СИТУАЦИЯ ИЗМЕНИЛАСЬ ЗА СЧЕТ РЕЗКОГО СОКРАЩЕНИЯ БАНКОВСКОГО СТРАХОВАНИЯ ВСЛЕД ЗА СВОРАЧИВАНИЕМ БАНКАМИ КРЕДИТНЫХ ПРОГРАММ. ТОЛЬКО В ПЕРВЫЕ МЕСЯЦЫ КРИЗИСА ПАДЕНИЕ В ЭТОМ СЕГМЕНТЕ ДОСТИГЛО 30%. ОСНОВНЫМ ПРЕПЯТСТВИЕМ РАЗВИТИЯ СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ В РОССИИ, ПО МНЕНИЮ СТРАХОВЩИКОВ, ОСТАЕТСЯ ОТСУТСТВИЕ ОЩУТИМЫХ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ, ЧТО НА ЕВРОПЕЙСКИХ РЫНКАХ КАК РАЗ И ЯВЛЯЕТСЯ ОСНОВНЫМ ДРАЙВЕРОМ РОСТА.

АННА ИВАНОВА

«Страхование жизни стало единственным сегментом страхового рынка, где по итогам первого квартала 2009 года еще сохранялся положительный прирост», — рассказывает Максим Чернин, генеральный директор СК «Allianz РОСНО Жизнь». При этом объем рынка страхования жизни в России по итогам 2009 года составил всего 15,7 млрд руб. Для сравнения — объем премий на рынке страхования жизни Австрии, количество жителей которой в 17 раз меньше, чем в России, по итогам 2009 года составил 7,4 млрд евро. К началу 2010 года экономика во многом восстановилась, а объем потребления вырос, что положительно сказалось и на страховании жизни. Так, если в прошлом году региональный рынок страхования жизни сократился примерно на 23% по сравнению с 2008-м, то за первое полугодие 2010 года рынок Северо-Запада оживился и рост составил 15%.

При этом, учитывая отсутствие динамики у компаний, не вошедших в первую десятку по сборам страхования жизни, прирост в основном обеспечивают лидеры рынка. Основными локомотивами рынка стали сегменты кредитного страхования жизни и агентских продаж. Не зря наиболее высокие темпы роста продемонстрировали страховые компании, связанные с банками: «Русский стандарт страхования» (банк «Русский стандарт»), «Альфа-страхование — Жизнь» (Альфа-банк) и «Сив Лайф» (Ситибанк), а также «Росгосстрах — Жизнь», которая сейчас активно расширяет агентскую сеть. «Львиную долю поступлений принесло страхование кредитозаемщиков. Кроме того, устойчивый рост демонстрируют страховщики с широкими агентскими сетями. Корпоративное страхование, вопреки многим прогнозам, не претерпело значимого сокращения, наоборот, по компании «Allianz РОСНО Жизнь» мы наблюдаем значительный рост этого сегмента», — говорит господин Чернин.

Основным препятствием активного развития страхования жизни в России, по мнению страховщиков, остается отсутствие ощутимых налоговых льгот, что на европейских рынках как раз и является мощным драйвером роста. «Еще одна сложность — запрет на введение продуктов формата unit-linked, то есть программ долгосрочного страхования жизни, где клиент сам может выбрать стратегию инвестирования своих средств и заработать большую доходность, чем дополнительный инвестиционный доход, который объявляется компаниями по итогам календарного года», — говорит Чернин. — Также одним из факторов, мешающих росту рынка, явля-



В ЭКОНОМИЧЕСКИ РАЗВИТЫХ СТРАНАХ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ ЗАНИМАЕТ БОЛЕЕ 40% СТРАХОВОГО РЫНКА, В НАШЕЙ СТРАНЕ — ЧУТЬ БОЛЕЕ 1%

ется недостаточный уровень финансовой грамотности населения — для большинства россиян страхование жизни, особенно накопительное, по-прежнему остается сложным для понимания продуктом».

В целом в процессе развития страхового рынка полисы страхования жизни, особенно по накопительным программам, уже начинают восприниматься как весомый вклад в предлагаемый работодателями социальный пакет. И если по данным исследования кадрового агентства АНКОР, в 2004 году всего около 9% российских организаций открывали накопительные полисы страхования жизни для своих сотрудников, то сегодня этот показатель достиг 15%. В России уровень проникновения страхования жизни в ВВП составил по итогам 2009 года 0,04% по сравнению, например, с 8,12% во Франции и 7,2% в Великобритании. Средние инвестиции в страхование жизни на душу населения в России в 2009 году составили всего 3 евро (во Франции 2 651 евро, в Великобритании 1 831 евро).

Лариса Мацакова, директор управления личного страхования филиала ООО «Росгосстрах» в Санкт-Петербурге и Ленобласти, рассказала, что полисы

накопительного страхования жизни, как правило, приобретают женщины в возрасте до 40 лет, имеющие высшее и послевузовское образование и с доходом в пределах от 10 до 30 тыс. рублей на члена семьи в месяц. «Основными мотивами для приобретения полиса страхования жизни являются возмещение расходов на случай травмы и тяжелого заболевания, нетрудоспособности или смерти кормильца, а также накопления средств к пенсии или на образование детей», — говорит она.

Современный российский рынок страхования жизни — это рынок не ритейлового спроса, а рынок ритейлового предложения, считают некоторые специалисты, обращая внимание, что они не наблюдают ценовой конкуренции за клиента. По их мнению, на рынке страхования жизни сегодня конкурируют три типа компаний — «кэптивные», «банковские» и «розничные». Кэптивные — это страховые компании, связанные с крупной отраслевой корпорацией («Согаз — Жизнь», «Геополис», «Чулпан — Жизнь»). Свои услуги данные компании предлагают в пределах «материнской» корпорации, фактически не занимаясь привлечением клиентов со стороны. К «банковским» можно отнести

страховые компании, которые при продаже своих услуг используют преимущественно банковский канал продаж. Обычно такие компании созданы при банковских группах. Розничные — это страховые компании, которые привлекают клиентов на открытом рынке, прежде всего, через собственные агентские сети. («Ренессанс Жизнь», «Росгосстрах Жизнь», «Альянс РОСНО Жизнь», «Эрго Жизнь»).

По мнению Ларисы Мацаковой, сейчас страховщики стратегически конкурируют своей надежностью, ведь договор заключается на длительный срок, обычно от 5 до 25 лет. «Успех в оперативном соперничестве определяется в первую очередь квалификацией персонала, потому что продажи этого вида страхования — всегда личные персональные переговоры. Здесь практикуется исключительно индивидуальный подход к клиенту», — говорит она.

Тарифная политика в 2009–2010 годах существенно не изменилась в сравнении с предшествующим периодом, признают страховщики. «Тарифы в компании «Росгосстрах» по страхованию жизни не изменились, для подобных изменений нет оснований», — говорит госпожа Мацакова. Страхование жизни традиционно считается бизнесом «сохранения семей», это наиболее социальный вид страхования, ориентированный на финансовую защиту и планирование и влияющий на рост благосостояния общества в целом. «Очень важно, чтобы страхование жизни было встроено в социальные механизмы, чтобы суть, цели и возможности программ были прозрачны и понятны всем россиянам. Во многом этому будет способствовать повышение прозрачности рынка и введение налоговых льгот», — считает господин Чернин.

Страхование жизни в России будет развиваться в русле мировых тенденций, уверены страховщики. «В экономически развитых странах этот вид страхования является ключевым и занимает более 40 процентов страхового рынка. В нашей стране — чуть более одного процента», — сетует госпожа Мацакова. В России, несмотря на кризис, растет средний класс, заинтересованный в создании гарантий своего долгосрочного благополучия, которое можно обеспечить при помощи полиса страхования жизни. Спрос на услуги страхования жизни будет расти по мере экономического развития страны. «Активизируется рынок банковского страхования. В целом же, пока государство не изменит отношение к страхованию жизни — в плане тех же налоговых льгот и других преференций — тенденции по его развитию не будет», — уверен представитель СК «СОГАЗ». ■