

страхование

Вклады перетекли в жизнь

— сектор роста —

с17 При этом если бы в такой ситуации клиент инвестировал самостоятельно, без покупки продукта страховщика, он потерял бы вложенные средства, говорят страховщики.

В первом полугодии 2016 года через банки было продано 83% всех продуктов страхования жизни (годом ранее — 76,2%), приводит цифры по рынку гендиректор «Согаз-Жизни» Ирина Якушева. Впрочем, страхование так и не стало для населения продуктом первоочередного спроса, говорит гендиректор компании «Персональный советник» Наталья Смирнова. «Маловероятно, что люди активнее стали покупать длинные страховки, особенно накопительные или инвестиционные, по своей воле, с учетом того что с 2014 года в РФ рецессия, зарплаты не растут», — рассуждает она. Все дело в активизации продаж: банкам продавать «жизнь» очень выгодно, так как страхование — наиболее маржинальный продукт с точки зрения комиссий, указывает эксперт. В первом полугодии 2016 года средняя комиссия банков от продаж полисов по страхованию жизни составила 19,6% от премии, в том числе по кредитному страхованию жизни — 44,5%, приводит данные Ирина Якушева. По данным ЦБ, в первом полугодии посредники заработали на продаже страховых жизни 16,8 млрд руб. комиссий, из них на страховании заемщиков — 6,4 млрд руб. Сейчас страхование жизни формирует основной ресурс длинных денег в экономике и является главным сегментом, который собирает деньги частных инвесторов, считает управляющий директор «Ростосстрах Жизни» Владислав Снопков.

Кто покупает страховки в кризис

Традиционно страховки жизни покупают жители крупных городов, обладающие высоким стабильным доходом — 100–150 тыс. руб., рассказывают страховщики. Несмотря на падение реальных доходов, доля высокодоходного сегмента населения практически не меняется, отмечает



Страхование жизни так и не стало массовым продуктом для граждан со скромными доходами

Ирина Якушева. Кроме того, как говорят на рынке, страхование жизни скорее продается, чем покупается, и клиентами становятся люди с очень разным уровнем дохода.

Типичные портреты покупателей инвестиционного, накопительного (НСЖ) и обычного рискового страхования жизни отличаются. Покупатель рисковой страховки — это заемщик, ИСЖ — краткосрочный и среднесрочный инвестор. НСЖ — долгосрочный инвестор, говорит начальник отдела страховых продуктов ВТБ 24 Дмитрий Ремнев. У всех трех типов разные потребности: «взять деньги с гарантией возврата их банку», «заработать», «сохранить и наследовать» соответственно, отмечает заместитель гендиректора «АльфаСтрахование Жизнь» Юрий Грузинов.

Программа ИСЖ интересует клиентов банков сегментов premium (с вкладом от 1–3 млн руб.) и private banking (с депозитом 10–30 млн руб.), говорит Владимир Черников. Это те, кто готов заморозить капитал на три года и более (в ИСЖ нельзя досрочно забрать вложенные деньги без потерь, хотя некоторые страхов-

щики позволяют досрочно выводить прибыль) и попробовать себя в роли инвестора, но без риска потери капитала, рассказывает Наталья Смирнова. «У страховки есть преимущества налогового, защиты капитала от взыскания и развода, мгновенного наследования без шестимесячного вхождения в наследство», — перечисляет она.

На страхование жизни распространяется социальный налоговый вычет, а прибыль по страховке облагается налогом только при превышении ключевой ставки. «Если по полису доходность 13%, а ключевая ставка на период действия полиса была 10%, то НДФЛ 13% будет взят с 3%, а не всех 13% прибыли», — объясняет Наталья Смирнова. Кроме того, по закону страховка является не имуществом клиента, а отложенным во времени обязательством страховой компании, а значит, не подпадает под раздел имущества, например, при разводе, добавляет Максим Чернин.

Типичные клиенты по ИСЖ — это люди 40–60 лет со сформированными накоплениями, обычно на депозитах, описывает Сергей Егоров. Однако в последнее время наметился тренд перехода ИСЖ из премиум-сегмента в розничный, отмечают участники рынка: появились продукты со взносом от 50 тыс. руб.,

тогда как поначалу взносы составляли порядка 500 тыс. руб.

Продукт также интересен клиентам, ранее размещавшим депозиты в иностранной валюте, ставки по которым упали особенно сильно, добавляет начальник управления развития продуктов департамента развития частного банковского бизнеса Абсолют-банка Ольга Филова. Московский кредитный банк продает ИСЖ клиентам, у которых закончился срок вклада, но они еще не приняли решения о пролонгации, отмечает глава управления по работе с партнерами банка Елена Ушкова.

В свою очередь, накопительные страховки — классика для целей образования детей и пенсии, особенно для консервативных инвесторов, продолжает Наталья Смирнова. В отличие от инвестстраховок, где премия обычно уплачивается единовременно, по накопительным клиент платит периодические взносы. Причем стратегия поведения покупателей ИСЖ не зависит от кризисных явлений в экономике, отмечает Дмитрий Ремнев.

Рисковое страхование жизни кроме заемщиков могут покупать люди, которым нужна страховая защита, но они либо не считают накопительное или инвестиционное страхование достаточно доходным, либо могут позволить себе только более дешевую рисковую страховку, рассказывает Наталья Смирнова.

Малый плюс

1 января 2015 года у физических лиц появилась возможность получить налоговый вычет (13%) по договорам страхования жизни сроком от пяти лет. Максимальная база для вычета — 120 тыс. руб., то есть с покупки страховки можно получить до 15,6 тыс. руб. В «Ростосстрах Жизни» отмечают многократный рост числа обращений за справками для вычета: за первое полугодие 2016 года их было зафиксировано более 88 тыс. (8 тыс. годом ранее).

Однако популярность продуктов вычетов повысилась несущественно, жалуются страховщики: сумма в 15,6 тыс. руб. не настолько значимый фактор, чтобы заставить преми-

ум-клиента принять решение о страховании. Вычеты в нынешнем виде больше подходят для клиентов накопительного страхования, чем инвестиционного, рассказывают в «Сбербанк страхование жизни»: по ИСЖ средний взнос — от 0,3 млн до 0,5 млн руб., а по НСЖ — от 80 тыс. до 120 тыс. руб. в год.

Страховщики надеются на увеличение базы для вычета до 400 тыс. руб. (как в инвестиционном вычете), что привлекло бы в страхование жизни больше клиентов. Пока Госдума приняла в третьем чтении закон об упрощении порядка получения вычета, не дожидаясь окончания налогового периода. «Это стимулирует заключение договоров страхования жизни в массовом сегменте, но рост рынка обеспечивается продажами в высокодоходных сегментах», — констатирует Ирина Якушева.

Проблема еще и в том, что 90% граждан никогда не оформляли вычет, показал недавний опрос Национального агентства финансовых исследований. «Обычно я уведомляю клиента о возможности вычета по уже действующей страховке, чему он радуется. То есть покупал он ее явно без этого знания. И за последние годы ситуация не менялась», — рассказывает Наталья Смирнова.

Потенциал рынка

По мнению Владимира Черникова, рост сборов на рынке к концу года превысит 70%. По оценке Сергея Егорова, в 2016 году премии по страхованию жизни превысят объем активов на рынке открытых паевых инвестиционных фондов (на рынке ОПИФ стоимость чистых активов за девять месяцев составила 123 млрд руб. — уже на 23 млрд руб. меньше, чем сборы страховщиков). По прогнозам господина Егорова, сборы по страхованию жизни к концу года приблизятся к 200 млрд руб.

При этом эксперты признают, что объемов, сопоставимых со вкладами, страхование жизни вряд ли когда-нибудь достигнет (объем вкладов физлиц, по данным ЦБ, на 1 ноября составил 23,4 трлн руб.). Основные причины — консервативное отношение клиентов и неготовность

к длительным срокам инвестирования, наличие других инвестируемых инструментов: структурные продукты, еврооблигации и т. п., перечисляет Ольга Филова.

«В банках, продающих ИСЖ, его объемы на уровне 0,2–0,4% от депозитной базы. Депозиты по итогам 2015 года составили примерно 12% от ВВП страны, в то время как страхование жизни составляет едва ли 0,1–0,2% от ВВП. На Западе этот показатель составляет 3–6% от ВВП, но доля продуктов, аналогичных ИСЖ, в нем невелика», — рассуждает гендиректор «Уралсиб Жизни» Татьяна Ланда.

Страхование жизни не будет сравнимо с депозитным рынком до создания института, подобного страхованию вкладов (у страховщиков жизни нет гарантийного фонда), и улучшения налогового климата, рассуждает Юрий Грузинов. «Для этого сумма, с которой начисляется вычет, должна вырасти со 120 тыс. руб. до 5 млн руб. Но на это могут уйти десятилетия», — говорит он. Мирная практика в реалиях РФ не совсем применима, считает он, так как там господствует другая налоговая и инвестиционная среда: «Там драйвером были продукты unit-linked без гарантий возвратности взносов, а в наших продуктах ИСЖ присутствует 100-процентная гарантия».

Unit-linked — это формат инвестпродуктов со страховой защитой, в классическом варианте риски инвестирования несет клиент, а не страховщик, объясняет Максим Чернин. Продавать такие продукты в России не позволяют законодательные ограничения. Кроме того, возможности вложений российских страховщиков в более рисковые инструменты (акции, ПИФы и т. д.) ограничены регламентами ЦБ, продолжает господин Чернин. А на рынках, где есть unit-linked, спектр разрешенных регуляторами инструментов более широкий. «ИСЖ — это наш локальный способ «упаковки» инвестпродуктов в оболочку страхования жизни, учитывающий особенности российского законодательства, то есть наш, «доморощенный» unit-linked», — резюмирует Максим Чернин.

Елена Вебер

Восстановление в кризис

— тенденция —

Рост корпоративного блока

с18 В структуре корпоративного страхования наиболее значительное положительное изменение произошло в страховании имущества юридических лиц. Премии тут по итогам полугодия выросли на 13% по сравнению с первым полугодием 2015 года. Однако рост имел неравномерный характер. «Общее увеличение суммы страховых премий составляет 7 млрд руб., в том числе по компании «Согаз» — 5,7 млрд», — обращает внимание заместитель директора группы рейтингов финансовых институтов АКРА Евгений Шарапов. Высокий темп прироста взносов по корпоративным видам «Согаз» объясняется не только рыночными факторами, но и передачей бизнеса от двух страховщиков, входящих в группу «Согаз», — компаний ЖАСО и «Транснефть». «В связи с этим значительный в сравнении с рыночным показателем прирост премии по корпоративным видам у «Согаз» отчасти носит технический характер», — поясняют в RAEX.

Также рост премий показали страхование водного транспорта (+8,7%) и авиастрахование (+4,3%). Директор по авиационному страхованию «АльфаСтрахования» Илья Кабачник считает, что фактически никакого роста в сфере авиационного и космического страхования не произошло: идет снижение сборов в долларовом выражении и небольшой рост в рублях исключительно из-за динамики курса. «Группа лидеров в этом направлении остается неизменной — «Ингосстрах», «Согаз» и «АльфаСтрахование». Доля группы растет, отрыв от остальных компаний увеличивается, и по итогам 2016 года доля трех лидеров может достичь 70%», — прогнозирует господин Кабачник.

Напротив, отрицательную динамику показало страхование опасных производственных объектов: падение премий составило 40,3% за полугодие, что объясняется законодательным снижением тарифов по этому виду страхования. Сборы по страхованию прочей ответственности юридических лиц снизились на 3,8%.

Лидеры по жалобам

В части распределения источников взносов больших изменений нет. «Объем взносов, полученных от физических лиц по итогам первого полугодия, составил порядка 45% от юридических — порядка 55%, число договоров страхования в обоих сегментах выросло незначительно (+1,0% и +3,6% соответственно)», — говорит госпожа Скуратова. И судя по объему жалоб в ЦБ, гражданам страховщики нравятся гораздо меньше, чем юридическим лицам.

По данным ЦБ, от общего числа жалоб на некредитные финансовые организации, которых во втором квартале оказалось более 28 тыс., большая часть — 80% — пришлась на страховщиков. Имидж всему рынку традиционно портит ОСАГО, следует из данных метарегулятора.

Во втором квартале количество жалоб на невозможность покупки полиса ОСАГО возросло втрое по сравнению с первым кварталом. Больше половины претензий (55%) граждан касается неверного применения коэффициента бонус-малус, то есть скидки за безаварийную езду. Существенное количество жалоб (24%) свидетельствует об отсутствии бланков ОСАГО в компаниях и навязывании дополнительных услуг. Причем продавать ОСАГО с «нагрузкой» в виде дополнительных страховых компаний стали чаще. Число жалоб на навязывание услуг

при заключении договора ОСАГО увеличилось во втором квартале в 2,4 раза по сравнению с первым кварталом 2016 года. Кроме того, в два раза увеличилось количество звонков в контактный центр Банка России с жалобами, связанными с уклонением страховых организаций от заключения договора ОСАГО.

«Данный вид страхования вызывает много отрицательных эмоций у автовладельцев. Основные факторы — это недобросовестность выплат со стороны некоторых страховщиков, трудности покупки полиса ОСАГО», — говорит директор по связям с общественностью «Ингосстраха» Карен Асоян.

Примечательно, что сегмент страхования жизни, который ранее не фигурировал в статистике жалоб ЦБ, во втором квартале показал прирост жалоб граждан на 27% и имеет тенденцию к устойчивому росту с начала 2015 года, заявили в ЦБ. Банк России объясняет это ростом случаев навязывания договоров страхования жизни, например в банках при оформлении кредита или при продажах ОСАГО.

В первом полугодии ЦБ практически равномерно очистил рынок от слабых и недобросовестных компаний. В первом квартале с рынка ушел 21 страховщик, во втором еще 25 компаний лишились лицензий. Таким образом, по состоянию на 30 июня в реестре ЦБ числилось 283 страховые организации. Страховщики лишились лицензий из-за некачественных активов, о чем неоднократно говорил регулятор. Очищение рынка привело к росту его концентрации. Количество компаний, контролирующих 80% страховых сборов, снизилось на 9,1% и составило 22 против 24 годом ранее. Лидером рынка по объему премий остается «Согаз» (15,8%), во втором месте «Ростосстрах» (10,8%), и замыкает тройку «Ингосстрах» (7,6%). «Концентрация рынка выросла по всем линиям бизнеса и, очевидно, будет увеличиваться дальше», — полагают в ВСС.

Скромное будущее

Развитие самих страховщиков пока мало сказывается на месте России на мировом рынке страхования. В 2015 году РФ заняла около 0,37% общемирового рынка страховых сборов. «Все показатели демонстрируют крайне низкое развитие страхования в России даже по сравнению со странами Восточной Европы. Уровень затрат на страхование на душу населения в России имеет очень сильную географическую неравномерность», — говорит руководитель управления исследований и анализа «АльфаСтрахования» Александр Лылып. В Москве и Московском регионе расходы на душу населения в сегменте универсального страхования в прошлом году составили \$350 против \$45 в остальных регионах страны. В среднем расходы на страхование на душу населения в РФ в 2015 году составили \$93. Для примера: в США этот показатель составляет \$2376, в Китае — \$128, а в Великобритании — \$1621.

Итоги текущего года вряд ли изменят ситуацию. По прогнозам аналитиков АКРА, рост сборов в 2016 году составит 8%. При этом все сегменты российского страхования, кроме автокаско, покажут положительную динамику. ВСС прогнозирует прирост страхового рынка на уровне 5–7%. Надежды страховое лобби возлагает на некредитное страхование жизни и ОСАГО. В RAEX дают наиболее оптимистичные прогнозы: общий рост премий на 11–12% — 1,15 трлн руб.

Данил Юдин



Уходящий 2016 год был непростым как для экономики в целом, так и для страхового рынка в частности. Но тем не менее, мы все-таки видим определенные позитивные изменения. Пока не видно решения очевидных проблем в сегменте автострахования (и в первую очередь в ОСАГО), что продолжает снижать и без того невысокую рентабельность страхового бизнеса. Также стоит отметить, что в этом году Центробанком обозначены среднесрочные задачи по развитию страхового рынка, среди которых повышение качества активов страховщиков и повышение инвестиционной привлекательности страхования жизни. В конечном итоге это выгодно не только самим страховщикам, но и клиентам, которые смогут увидеть финансовую устойчивость той или иной компании.

На протяжении всего 2016 года мы наблюдали, как с рынка страхования уходит все больше игроков. Если на конец 2014 года на рынке работали 411 страховых компаний, по итогам 2015 года — 327, а к концу 1 полугодия 2016 года — уже 286. Во многом сокращение числа игроков на страховом рынке провоци-

рует ситуация, сложившаяся в автостраховании. Достаточно большое количество компаний, особенно в регионах, были полностью сфокусированы на работе в этом сегменте. И со снижением рентабельности этого вида они испытывали очевидные проблемы. Так как особых изменений на рынке автострахования в ближайшее время мы не ожидаем, есть все основания полагать, что тенденция сокращения числа страховщиков продолжится.

На этом фоне продолжается и консолидация рынка вокруг ведущих игроков. Уже более 80% всех страховых сборов сконцентрированы у ведущей десятки страховых компаний.

Но, тем не менее, страховой рынок в этом году показывает более уверенный рост: по итогам 2015 года прирост составил всего 3,6%, а по итогам 1 полугодия 2016 года — уже 14%. Есть все основания полагать, что весь 2016 год также закончится со знаком плюс. Достаточно неплохо чувствует себя сегмент корпоративного страхования. Так, страхование только имущества юридических лиц, по данным ЦБ, выросло за первое полугодие на 13%. Крупный бизнес сохраняет стабильное положение — клиенты не отказываются от страхования, они хорошо понимают механизмы работы страховой защиты своих активов.

Некоторые корпоративные клиенты стремятся к снижению затрат и экономии бюджетов на страхование. Но при этом урезанию подлежат те виды страхования, которые не ведут к катастрофическим сценариям. Так, при наличии услуги риск-менеджмента, которую предлагает ВТБ Страхование, можно заранее адекватно оценить размер последствий наступления определенных событий. Обычно, сопоставляя затраты на страхование и на возможный ущерб, руководители компаний

не отказываются от приобретения защиты основных активов. Тот, кто уже столкнулся с последствиями произошедших убытков, стремится к максимальному расширению страхового покрытия.

При выборе страховщика следует обращать внимание на его капитализацию, рейтинги, наличие квалифицированного персонала и опыт работы. Иначе существует риск столкнуться с недобросовестными страховыми компаниями или страховщиками со слабой финансовой базой. В корпоративном бизнесе выживать и успешно работать способны только крупные, универсальные компании. Это связано и с собственной финансовой устойчивостью, и способностью брать на себя крупные риски, и наличием грамотной экспертизы в разных видах и сегментах экономики. Небольшие компании просто не выживут.

Корпоративные клиенты сейчас ищут страховые компании, которые выполнят обязательства по выплатам в любом случае. В компании ВТБ Страхование портфель по страхованию только имущества юридических лиц за 9 месяцев 2016 года вырос на 49%. Да и весь сегмент страхования корпоративных рисков растет. По-прежнему активно ВТБ Страхование работает в сегменте страхования спецрисков, куда мы относим авиационное страхование, страхование космических рисков. Ну и мы остаемся лидером рынка по страхованию финансовых рисков.

Наша доля на страховом рынке растет по ряду причин, главная из которых — нам удается выигрывать в конкуренции, привлекать клиентов из других страховых компаний. Мы выбрали достаточно агрессивную стратегию в отношении нашего ключевого сегмента — крупного корпоративного, индустриального бизнеса. И это дает свои результаты.