

Обладателями полиса страхования жизни пока являются не более 4% россиян, вместе с тем данный сегмент остается самым динамично развивающимся на страховом рынке РФ, рассказали РИА «Новости» эксперты ведущих российских страховщиков.

По данным Банка России, сегмент страхования жизни на российском рынке в 2015 году продемонстрировал рост на 19,1%, до 129,7 миллиарда рублей премий.

«Пока лишь 2–3% населения РФ являются обладателями полиса страхования жизни. При такой малой пенетрации рынок страхования жизни еще долго может демонстрировать даже более впечатляющие темпы развития», – прокомментировал заместитель гендиректора СК «АльфаСтрахование-Жизнь» Юрий Грузинов.

Президент ООО «СК «Ренессанс Жизнь» Олег Киселев отметил, что, согласно данным ЦБ, по итогам первого квартала 2016 года в РФ действует 7,641 миллиона 175 договоров страхования жизни. «Поскольку часть клиентов заключает несколько договоров страхования по разным программам, то, на наш взгляд, страхованием жизни сейчас охвачено порядка 6 миллионов россиян. Это составляет примерно 4% населения страны», – уточнил он.

Вместе с тем, по данным Ассоциации страховщиков жизни (АСЖ), премии страховщиков РФ в данном сегменте в первом полугодии выросли уже на 79%, до 104,7 миллиарда рублей. А по итогам 2016 года страховщики жизни планируют собрать более 200 миллиардов рублей, о чем на недавней пресс-конференции АСЖ заявил президент ассоциации Александр Зарецкий.

Драйвер роста

Страховщики рассказали, что рост сегмента в первую очередь обеспечивается продажами продуктов инвестиционного страхования жизни.

«В 2015 году продолжил свое развитие тренд, ярко обозначившийся еще по итогам 2014 года – новыми драйверами роста стали долгосрочные продукты, в то время как кредитное страхование ушло на второй план. Причины роста отрасли отчасти заложены в сложной экономической ситуации, в которой продолжает находиться наша страна. Граждане особенно остро ощущают дефицит надежных способов вложений капитала и защиты от рисков», – сказал Киселев.

Он разъяснил, что меняются приоритеты среднего класса – с массового потребления акценты смещаются к сбережению и защите личного капитала, а также трансформируется поведение частных инвесторов – вместо доходности с высоким риском на первый план опять же выходят надежность и защита вложений. Кроме того, по его словам, в период нестабильности растет ценность защиты от рисков – это касается и здоровья, и несчастных случаев.

«Сбережение и гарантированное накопление личного капитала, надежность инвестиций, возможности рискованной защиты жизни и здоровья – именно на это нацелены продукты накопительного и инвестиционного страхования жизни», – подчеркнул Киселев.

А как за рубежом?

Однако страховые эксперты заявляют, что в России уровень проникновения услуг по страхованию жизни в разы, в десятки раз меньше и чем в развитых, и чем в развивающихся странах, а одним из ключевых показателей развития отрасли является ее доля в валовом внутреннем продукте страны.

«В России объем рынка страхования жизни равняется всего 0,2% ВВП. В государствах БРИКС этот показатель составляет от 1% до 2%, в развитых странах – от 3% до 9%. Аналогичное соотношение, если сравнить ежегодные расходы на страхование жизни на душу населения. Доля страхования жизни в общем объеме страховых сборов в РФ составляет лишь 13%, в то время как во многих зарубежных странах страхование жизни является основой страхового рынка – 50–80% взносов приходится именно на life-сегмент», – привел данные Киселев.

Грузинов отметил, что, в частности, накопительное страхование за рубежом развивается более активно, благодаря широкому кругу налоговых преференций как для физических, так и для юридических лиц.

«В большинстве стран ставки НДФЛ выше, чем в России, действует прогрессивная шкала налогообложения – гражданам особенно выгодно вкладываться в накопительное страхование жизни, обеспечивая себе финансовую защиту и преумножая личный капитал. В России для развития отрасли также нужно активнее внедрять налоговые вычеты по долгосрочному страхованию, увеличивать их размер», – пояснил Киселев, добавив, что «нашему рынку страхования жизни есть, куда расти – потенциал огромный».

Дальнейшее развитие

Страховщики полагают, что дальнейшее развитие сегмента страхования жизни будет зависеть от развития ситуации в экономике, макроэкономических факторов, от налогового стимулирования долгосрочного страхования жизни, а также от того, будут ли страховщики жизни участвовать в пенсионной реформе.

«Важным стимулом для отрасли стало введение с начала 2015 года налоговых вычетов по договорам страхования жизни, заключенным на срок от пяти лет. С начала текущего года страховщики жизни получили уже более 100 тысяч заявлений от клиентов на подготовку справок для налоговой службы. Страхователи получают налоговый вычет по окончании налогового периода, то есть в 2016 году предоставляется вычет по страховым взносам 2015 года», – рассказал Киселев.

Вместе с тем, Грузинов считает, что в России пока существует слабая мотивация со стороны государства в виде налоговых льгот. «Наблюдаются некоторые не совсем логичные нормы в НК (Налоговый кодекс – ред.). Например, если сравнить продукты накопительного страхования жизни и индивидуальные инвестиционные счета – похожие продукты, однако, если в ИИС предусмотрен социальный налоговый вычет с налоговой базы в размере 400 тысяч рублей, то в накопительном страховании жизни – всего лишь со 120 тысяч рублей.

По словам Киселева, страховщики жизни давно предлагают Минфину повысить предельную сумму налогового вычета со 120 тысяч рублей до 400 тысяч рублей в год, то есть, как минимум, выровнять условия с индивидуальными инвестиционными счетами.

Он также сообщил, что сейчас активно ведется работа над законопроектом, упрощающим процедуру получения налоговых вычетов, и в случае принятия данного документа, страхователь сможет получать налоговый вычет в текущем, а не следующем налоговом периоде, обратившись с заявлением в бухгалтерию своего работодателя.

Что касается участия страховщиков жизни в пенсионной реформе, то, по мнению Грузинова, это позволило бы создавать более привлекательные пенсионные продукты, с более интересными составляющими (например, предоставление медицинских услуг, лечение за рубежом при обнаружении критического заболевания), что позволило бы расширить спектр услуг в рамках пенсионного обеспечения и сформировать интересный привлекательный для клиента пенсионный продукт.

Улучшаем финграмотность

Страховщики также уверены, что развитие отрасли страхования жизни во многом зависит от общего уровня финансовой грамотности населения страны.

«Для развития отрасли нет смысла «изобретать велосипед»: нужно увеличивать объем предложения услуг по страхованию жизни, повышать финансовую грамотность граждан, их доверие к финансовым институтам, улучшать качество защиты прав потребителей финансовых услуг», – заявил Киселев.

Он пояснил, что финансово грамотный человек еще до встречи со страховым агентом готов к конструктивному разговору о страховании жизни и уже знает, что это за услуга и зачем она нужна, понимает ее цель и значимость.

«Чем выше уровень финансового просвещения населения, тем лояльнее будут люди к предложению продуктов страхования жизни. Чем больше реальных знаний, тем меньше

недоверия и предрассудков, которыми может руководствоваться человек при принятии важных финансовых решений», – уточнил Киселев.

Грузинов добавил, что нынешняя ситуация со страхованием жизни и столь малое его проникновение является следствием несформированной страховой культуры, ведь полис страхования жизни – это продукт для осознанного потребителя финансовых услуг, уже озаботившегося вопросом обеспечения себя и своих близких в будущем.

«Не только в России, но и во всем мире страхование жизни является не продуктом спроса, а продуктом предложения. Страхование жизни можно сравнить со здоровым питанием или регулярными занятиями спортом. Все понимают, что это нужно, но все ли действуют? Активность начинается, когда человек встретит того, кто даст ему мотивацию, все разъяснит и покажет практическую значимость», – продолжил Киселев.

Когда появляется необходимый объем предложения, зарождается и спрос, и к страхованию жизни это относится в еще большей степени, уверен Киселев, подчеркнув, что чем чаще человеку будут предлагать услуги по страхованию жизни, чем активнее будет информационно-разъяснительная работа, тем больше людей из потенциальных клиентов будут становиться страхователями.

«Работа по повышению финансовой грамотности – это долгосрочный стратегический проект, в котором заинтересованы и государство, и бизнес, и сами граждане», – заключил эксперт.

Источник: [РИА «Новости»](#) , 08.08.16