

В 2011 году, по оценкам экспертов, рынок страхования жизни вырос на 54% и достиг 34,7 млрд рублей. В отличие от прочих видов, реальный рост защиты жизни в разы превосходит рост экономики страны второй год подряд. Подтверждением позитивных тенденций стали итоги первого квартала 2012 года – рынок вырос на 47% в сравнении с первым кварталом прошлого года и на 31% по отношению к предыдущему кварталу. По прогнозам страховщиков, до конца текущего года эта цифра составит 35% – 40%.

«Золотые наручники» для сотрудников

По мнению страховщиков, уже более 35% населения считают, что страхование – это надежный вариант защиты в непредвиденных ситуациях. «Мы полагаем, что со временем в сознании потребителя сформируется в полном объеме четкое понимание того, что такое финансовая защита себя и близких на случай непредвиденных обстоятельств», – говорит руководитель агентства «Центральное» дирекции по Самарской области г. Самары СК «РГС-Жизнь» Татьяна Курская. «Страхование жизни – одна из наиболее динамичных отраслей российской экономики, – констатирует директор департамента корпоративной стратегии СК «Allianz РОСНО Жизнь» Илья Ланкевич. – Напомню, во время кризиса 2008–2009 годов страхование жизни потеряло 30% премий, и понадобился год, чтобы восстановиться, и еще год, чтобы прирасти на 50% к докризисному уровню. Однако следует отметить, что страхование жизни в России все еще находится в зародыше – на душу населения приходится всего 8 долларов США страховой премии, тогда как в странах Восточной Европы – 180, а развитых странах – 6100 долларов».

Драйвером рынка участники страхового рынка считают прежде всего развитие корпоративного страхования. Сегодня распространены два типа программ для клиентов-работодателей. Это рисковое страхование – материальная компенсация при ухудшении здоровья или гибели сотрудника, и накопительное – формирование дополнительных денежных средств к определенному сроку: «золотые наручники» и пенсионное страхование. «По нашим оценкам, из пула компаний, включивших ДМС в

свой социальный пакет более 5 лет назад, до половины организаций добавляет рисковое страхование в качестве отдельной опции, и около четверти – накопительное, где большей популярностью пользуются пенсионные программы, – рассказывает директор департамента по развитию корпоративных продаж СК «Allianz РOCHO Жизнь» Александр Шведов. – На долю «золотых наручников» приходится менее четверти от объема корпоративных накопительных программ. Если говорить о сумме инвестиций в подобные инструменты управления персоналом, то, как правило, на одного линейного сотрудника российский работодатель затрачивает от 0,5–1,5% объема фонда оплаты труда (ФОТ) этого работника, на менеджера – от 1,5% до 3%».

Уровень вложений в накопительные программы, особенно в «золотые наручники», безусловно, выше. Объем инвестиций в корпоративную накопительную программу VIP-специалиста, будь то управленец высшего звена или уникальный, особенно ценный функционалист, может достигать до 35% размера его заработной платы. В среднем же объем инвестиций в накопительные программы находится в интервале между 10–20% ФОТ. «Среди наиболее ярких трендов последних лет я бы отметил, во-первых, увеличение спроса на рискованные программы «офисных» работодателей, – сообщает Александр Шведов. – Один из факторов спроса – высокая стоимость альтернативных инструментов социальной поддержки персонала, например, самостоятельного покрытия бытовых травм или оказания помощи близким родственникам работника. Наличие этой опции в соцпакете компании является существенным преимуществом при выборе «работодателя мечты».

Второй тенденцией эксперт называет возобновление интереса организаций к удерживающим программам – «золотым наручникам». Если еще 4–5 лет назад клиентами по этому направлению выступали в основном западные компании, для которых «золотые наручники» всегда были привычным и действенным инструментом мотивации, то сегодня картина изменилась: представители отечественного бизнеса все чаще обращаются к этому инструменту управления персоналом. Согласно профильным исследованиям, корпоративные накопительные программы, объемом не менее 12–20% ФОТ, способны снизить текучку персонала на 30–35% на пятилетнем горизонте. Эксперты прогнозируют рост доли накопительных программ в общем объеме страхового пакета работодателя до 50% в течение пяти лет и доли рискованного страхования до 75%.

По интересам граждан и государства

Что же касается личного страхования жизни, то пока отмечается все еще невысокий, хотя и растущий, спрос на продукты накопительного страхования. Это обусловлено

прежде всего недоверием к инструментам долгосрочного сбережения, коротким горизонтом планирования граждан России. «На протяжении последних 25 лет периоды экономической стабильности чередовались с разного рода экономическими потрясениями, и в связи с этим россияне предпочитают «не откладывать на завтра то, что можно потратить сегодня», – поясняет начальник управления маркетинга СК «Ингосстрах-Жизнь» Юлия Алехина. – Кроме того, уровень информирования населения об услуге по-прежнему остается низким». Еще один фактор, отмечает эксперт, – дефицит в России адекватных финансовых инструментов для размещения долгосрочных резервов по страхованию жизни. На сегодня накопления «по жизни» в течение действия программы обесцениваются, так как реальная доходность полисов ниже инфляции. В числе сдерживающих факторов также невысокий уровень жизни, низкий уровень финансовой грамотности, а также отсутствие налоговых льгот. Для преодоления этих барьеров и страховым компаниям, и государству потребуется проделать огромную совместную работу, которая, собственно, уже началась – прошлый год отметился ростом интереса государства к страхованию жизни. «В первую очередь это продиктовано поиском источников «длинных» денег, – отмечает Илья Ланкевич. – Пенсионные фонды и страховщики жизни во всем мире являются основными источниками финансирования долгосрочных инвестиционных и инфраструктурных проектов. С другой стороны, страховщики жизни проявили удивительную сплоченность и последовательность в лоббировании интересов отрасли. Результатом стали конкретные поручения финансовым и экономическим ведомствам, разработка Стратегии развития страхования жизни и подготовка поправок в законодательство».

Действительно, комитет Всероссийского союза страховщиков по развитию страхования жизни и Ассоциация страховщиков жизни в рамках выполнения поручений президента РФ разработали комплекс стратегических мер. Их реализация позволит собрать к 2020 году 276 млрд рублей – по реалистичному сценарию развития или 1153 млрд рублей – по оптимистичному. В итоге, по прогнозам экспертов, рынок при существующих темпах роста станет за 7–10 лет значительным сегментом финансового рынка страны. Поддержка со стороны государства существенно ускорит этот процесс. «Признание государством важности страхования жизни как ключевого механизма формирования долгосрочных накоплений для граждан, с одной стороны, и привлечения долгосрочных инвестиций в экономику РФ, с другой, – главное достижение последнего времени, – подчеркивает коммерческий директор Generali PPF в России Йиржи Бадр. – Это отразилось в гораздо более конструктивном диалоге между государственными органами и профессиональными объединениями страховщиков жизни в 2011–2012 годах. Реализация предложений участников страхового рынка позволит ускорить развитие сегмента и будет способствовать положительным изменениям правового поля для страхования жизни в 2013 году».

Инвестиции в защиту

Немалую ставку страховщики делают и на развитие инвестиционного страхования, продемонстрировавшего по итогам минувшего года немалый рост. Целевая аудитория таких продуктов, по словам Татьяны Курской, – клиенты, не удовлетворенные консервативными ставками доходности классических продуктов страхования. Россия, как страна с развивающейся экономикой и устойчивыми показателями роста на фондовом рынке, является идеальным местом для вывода на рынок инвестиционных продуктов. «Появление инвестиционно-страховых продуктов заметно изменило ландшафт рынка страхования жизни, – говорит начальник управления инвестиционно-страховых продуктов СК «Allianz РОСНО Жизнь» Станислав Майборода. – По нашей оценке, по итогам 2011 года объем премий по инвестиционному страхованию достиг около 2,7–3 млрд рублей, что сопоставимо с 20–23% сборов по накопительному страхованию жизни».

Превалирующую долю премий по инвестиционно-страховым продуктам – 80% – сегодня обеспечивает банковский канал. Согласно данным СК «Allianz РОСНО Жизнь» за три года, основную долю клиентов составляют мужчины – 57%. Средний возраст мужчин-клиентов – 49 лет, женщин – 47,8 года. Средняя сумма по рублевым полисам, оформленным финансовыми консультантами компании, составляет около 300 тысяч рублей; по полисам, открытым через банковский канал продаж, – около 1 млн рублей. В компании также зафиксированы крупные сделки с единовременным взносом более десяти миллионов рублей.

Потребность банков расширить продуктовую линейку подтверждает обращение Сбербанка России в Роспатент с заявкой на регистрацию товарного знака «Сбербанк Страхование». Напомним, первой в сегмент вошла группа «ВТБ». По информации пресс-службы Сбербанка России, основным направлением развития дочерней профильной компании станут продукты именно накопительного и инвестиционного страхования. Первые продажи планируется осуществить уже в ноябре текущего года.

Комментарии

Юлия Алехина, начальник управления маркетинга СК «Ингосстрах-Жизнь»:

– Нужно повышать уровень информирования людей – требуется позитивный PR

отрасли, совершенствовать сами программы страхования жизни, вводить налоговые льготы – как минимум уравнивать условия деятельности страховщиков жизни и негосударственных пенсионных фондов.

Татьяна Курская, руководитель агентства «Центральное» дирекции по Самарской области г. Самары СК «РГС-Жизнь»:

– Поддержка со стороны государства существенно ускорит процесс развития рынка страхования жизни и позволит страховщикам принять на себя значительную часть социальных и пенсионных функций государства в среднесрочной перспективе, а также сформировать существенную часть долгосрочных финансовых ресурсов для решения важных задач экономического развития страны.

Станислав Майборода, начальник управления инвестиционно-страховых продуктов СК «Allianz РОСНО Жизнь»:

– Формирующаяся в России тенденция повышения доли накопительных продуктов в совокупных страховых сборах по итогам ближайших пяти лет приведет рынок к принципиально иной структуре. Если реализуется сценарий умеренного роста национальной экономики, 3–3,5% годовых по ВВП, и существенного перераспределения активов в финансовой системе, то темп роста рынка страхования жизни закрепится на уровне 35–40% в год (с учетом снижения влияния кредитного страхования). При этом в течение пяти лет доля накопительных программ в совокупных сборах увеличится до 55–60%.

Йиржи Бадр, коммерческий директор Generali PPF в России:

– На Западе страхование жизни – это традиционный финансовый инструмент, эффективность которого проверена уже не одним поколением. В России же до 90-х годов прошлого века это направление практически не было развито. С приходом международных страховщиков рынок получил новый импульс для развития, но для того чтобы россияне оценили преимущества этого инструмента накоплений, потребуется значительное время.



Источник: [Волга Ньюс](#) , 27.08.12

Автор: Андреева Е.