ОПРОС НОМЕРА

Страхование жизни – одно из основных направлений развития страхового рынка. Однако в условиях усиливающегося кризиса рост продаж в этом сегменте заметно сократился. Только ли со сложным финансовым положением связано такое сокращение? Как вообще относятся к страхованию жизни, в том числе и к накопительному, страхователи в лице работодателей?

НУЖНО ЛИ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ РАБОТОДАТЕЛЯМ?



Ольга Быкова, заместитель генерального директора по инвестициям и финансам ООО «Солар Системс»:

– Накопительное страхование жизни для сотрудников для нас, скажу честно, совершенно новая и неизведанная на данный момент область. Рынок страхования в России в целом, на мой взгляд, слабо развит и консервативен: сограждане крайне неохотно принимают и используют новые инструменты. Думаю, что большинство до сих пор не знает толком, как управлять накопительной частью пенсии (или вообще про это не думает). А тут страхование жизни – совсем экзотика.



Михаил Ляховецкий, генеральный директор компании «Ольга-Лимузин»:

– Тема не актуальная! Кто является плательщиком взносов – предприятие? Сейчас у предприятий нашего профиля не хватает средств даже непосредственно для основной деятельности. Если говорить про мотивацию сотрудников, то многие люди живут только сегодняшним днем. Никто не верит, что может что-то получить в будущем. Когда у людей отнимается накопительная часть пенсии, во что остается верить?! В наших условиях я не могу доверять ни российским, ни иностранным компаниям. Думаю, и сотрудники предпочтут выплаты, которые можно получить от работодателя здесь и сейчас.



Марина Миронова, начальник управления по работе с персоналом «ИК ВЕЛЕС Капитал»

– Накопительное страхование жизни – одна из самых неинтересных тем в системе мотивации персонала. Тому есть несколько причин. Низкий мотивирующий эффект обеспечивает отсутствие прямой связи между результатом работы и получаемой выгодой. Поощряется не результат, а стабильность присутствия внутри компании. Нет быстрой обратной связи «результат – вознаграждение», возможное поощрение отложено.

Если говорить о мотиве «забота о сотруднике», то прямые выплаты в случае трагического события обходятся работодателю дешевле, чем масштабные страховые выплаты на протяжении нескольких лет, да и воспринимаются сотрудниками гораздо лучше, так как при этом нет необходимости в преодолении пусть даже минимальных, но барьеров, связанных со сбором необходимых документов. Кроме того, работодатель оказывается вместе с сотрудником и/или его семьей в сложную минуту, а не «прячется за спиной» страховой компании, что тоже работает на его имидж.

Есть еще один момент, который будет играть на снижение популярности подобного продукта — оптимизация затрат компаний в условиях кризиса. На рынке уже давно нет «гонки предложений по соцпакетам», проявляющейся в стремлении работодателей предложить кандидатам/сотрудникам максимальный объем дополнительных привилегий. В этих условиях «под нож» идут наименее эффективные инструменты удержания персонала, и страхование жизни — один из них.



Владимир Потапов, руководитель финансового департамента компании Magistral

– Страхование жизни и здоровья – отличный инструмент мотивации сотрудников и повышения их лояльности. Однако сейчас в бизнесе повсеместно тяжелая ситуация, наблюдаются проблемы с ликвидностью. В этих условиях компании социальные пакеты сокращают, так что вряд ли этот вид страхования будет популярным в составе соцпакетов. Мы его не используем. Кстати, ДМС у нас тоже нет. Зато в наш соцпакет входят мобильная связь, служебные автомобили для некоторых категорий работников, оплата аренды квартир для иногородних ценных сотрудников. Это более актуально.