ВЕКТОР РАЗВИТИЯ МЕНЯЕТ НАПРАВЛЕНИЕ

Рынок страхования жизни трансформируется в пользу долгосрочных продуктов накопительного страхования.

Итоги первого полугодия на рынке страхования жизни продемонстрировали заметные перемены в предпочтениях потребителей: в лидеры спроса вышли долгосрочные продукты накопительного страхования жизни (НСЖ). Прежний драйвер рынка – инвестиционное страхование жизни (ИСЖ) – сдвинулся с ведущих позиций.

В целом премии, собранные страховщиками жизни за первое полугодие 2019 года, сократились на 10 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Общая сумма сборов составила 198,6 млрд рублей. По прогнозам, сохранится динамика рынка на уровне минус 10 % к прошлому году по результатам 9 месяцев 2019 года, а объемы сборов страховщиков жизни – на уровне, близком к 300 млрд рублей. По ИСЖ сборы снизились на 32 %, объем премий в этом сегменте достиг 92,3 млрд рублей. Премии по НСЖ составили 44,7 млрд рублей, что на 55 % больше, чем годом ранее. Следствием колебаний рынка «жизни» стало серьезное сокращение доли ИСЖ в общем объеме премий – за первое полугодие 2019 года она снизилась до 46 % против 62 % в аналогичном периоде 2018 года. Доля же накопительного страхования возросла с 13 % до 23 %. По результатам 9 месяцев продуктовый микс, скорее всего, останется в той же пропорции: доля ИСЖ будет близка к 45 % или около 140 млрд рублей премий, а доля НСЖ – около 23 % или около 70 млрд рублей премий.

Владимир Черников
Генеральный директор «Ингосстрах-Жизнь»

СМЕНА ВЕКТОРА: ОТ ДОХОДНОСТИ – К НАДЕЖНОСТИ

Приведенная статистика свидетельствует о том, что страхование жизни по-прежнему остается востребованным. Если рост продаж инвестиционного страхования жизни был напрямую связан с падением предлагаемых банками процентных ставок по депозитам и поиском большей доходности, то именно рост продаж классического страхования жизни показывает потребность населения в долгосрочных накоплениях. Сейчас заметно изменение вектора с инвестиционных продуктов на накопительные, что доказывает: базовая потребность в накоплениях у населения России сохраняется.

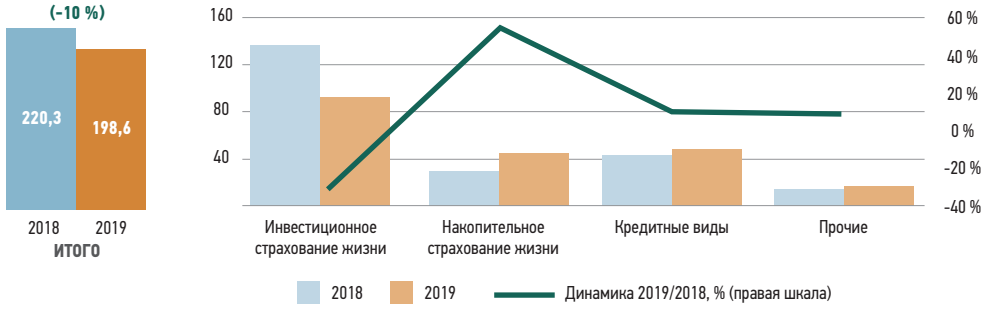
Определенным стимулом увеличения продаж, возможно, служат опасения и страхи, связанные с неопределенностью пенсионной реформы. Размер пенсий, которые получают завершающие трудовую карьеру представители среднего класса, заставляет их задуматься о необходимости формирования накоплений. Граждане, чтобы обеспечить себе достойную пенсию, стараются найти подходящие для этого способы и инструменты, рассматривая разнообразные финансовые продукты. Одним из них как раз является накопительное страхование жизни.

Кроме этого, важно отметить, что широкая продуктовая линейка НСЖ, которую предлагают страховщики, позволяет реализовать самые разные цели накопления, в том числе – для обучения детей. Не нужно забывать, что в Советском Союзе именно накопительное страхование детей до 18 лет пользовалось повышенным спросом.

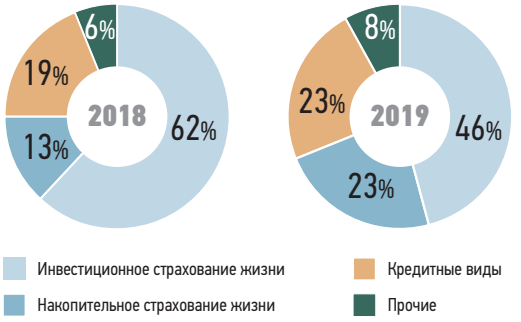
Накопительное страхование жизни всегда являлось практически единственным долгосрочным финансовым инструментом с понятным результатом. Продукт ставит задачу не столько заработать, сколько накопить и сохранить заранее определенную сумму за оговоренный срок.

Именно в качестве элемента долгосрочного накопления для граждан как инструмен-

Динамика премий по видам страхования за 6 мес. 2018–2019 гг., млрд руб.



Доли по видам страхования за 6 мес. 2018–2019 гг.



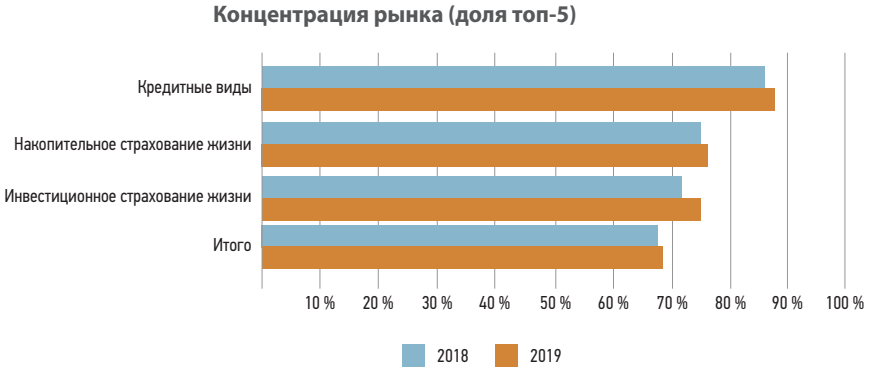
та финансирования отложенных трат, рост накопительных видов страхования крайне важен и страховой отрасли, и экономике в целом, т. к. он обеспечивает стабильность и возможность управления «длинными» деньгами. Классическое накопительное страхование жизни подразумевает заключение договора на срок 10 и более лет. Разработка механизма, позволяющего, с одной стороны, популяризировать и стимулировать развитие НСЖ, а с другой – обеспечить гарантии возвратности вложенных средств, является очень важной и перспективной задачей и для страховщиков, и для государства.

Кстати, максимальное увеличение объемов выплат наблюдалось в этом году именно в сегменте страхования жизни – рост 83,0 %. Благодаря этому доля выплат по договорам страхования жизни в совокупных выплатах страховщиков достигла 18,7 %. Значительный рост объясняется, прежде всего, окончанием срока действия ранее заключенных договоров ИСЖ – в этом сегменте выплаты выросли на 87,1 % и составили 25,5 млрд рублей. Можно спрогнозировать дальнейший рост выплат, поскольку большинство договоров ИСЖ заключаются на сроки 3–5 лет, а наиболее активные продажи этого продукта стартовали с 2015 года.

ЭВОЛЮЦИЯ РЫНКА

Не последнюю роль в ситуации на рынке сыграло изменение модели поведения потребителей. Год назад потребитель ИСЖ, заключая договор страхования, прежде всего стремился получить наиболее высокую доходность, и не обращал внимания на инструменты, которыми эта доходность могла быть обеспечена. Позитивные ожидания и привычка использования банковских депозитов мешали осознанию, что доходность в продуктах ИСЖ носит вероятностный характер, то есть не гарантирована договором. Это обстоятельство провоцировало развитие мисселинга, когда потребитель покупал продукт с воображаемыми свойствами, а не с действительными.

Тем не менее, массовые продажи ИСЖ позволили потребителю получить опыт использования договора страхования жизни как инвестиционного инструмента. Сейчас, осознав ценность долгосрочных накоплений, потребитель стремится заключить договор страхования на более длительный



срок, но с гарантированной доходностью. Произошло очевидное смещение интересов от инвестиционных продуктов с высокой, но не гарантированной доходностью, к накоплениям с менее высокой, но гарантированной доходностью.

Кроме того, рынок страхования жизни становится более развитым и цивилизованным. Этому способствует активная работа страховщиков по повышению финансовой грамотности населения. Банки-посредники, являющиеся основным каналом продаж продуктов ИСЖ, ведут борьбу с мисселингом и предлагают программы страхования клиентам, которым они действительно интересны и необходимы. На это также нацелены принятые страховщиками стандарты, защищающие права потребителя.

ПЕРСПЕКТИВЫ

Важно отметить, что посредники остаются главным фактором развития продаж в страховании жизни, и во многом определяют облик страхового рынка. Причем, в отдельных видах страхования, например, в ИСЖ, посредники-банки являются практически безальтернативным каналом, занимая более 90 % в сборах страховщиков.

Банковский канал продаж усиливает свои позиции: на страховые премии, заключенные при помощи банков, приходится уже более половины (51,6 %) всех взносов, полученных страховщиками – рост на 1,8 процентных пункта за год. Хотя еще три года назад их доля не превышала 30 %.

Однако нужно отметить высокие затраты страховщиков, которые связаны с агентскими комиссиями банков, которые остаются на достаточно высоком уровне, влияя на конечную доходность долгосрочных страховых программ. Дальнейший рост продаж может быть обеспечен только при соблюдении баланса интересов страховщиков и банков, но при сохранении явной и прозрачной ценности продукта для клиента.

В целом же, в ближайшей перспективе развитие рынка страхования жизни будут определять, с одной стороны, ситуация на рынке потребительского кредитования, а с другой – работа страхового сообщества по продвижению продуктов НСЖ. При этом особенно важно поддержать наметившийся в этом году тренд на заключение долгосрочных договоров накопительного страхования. Для этого необходимо повышать ценность продуктов накопительного страхования жизни для клиентов – например, за счет внедрения продуктов с сервисной составляющей. Здесь важна совместная работа страховщиков, посредников и регуляторов рынка. В частности, интерес к НСЖ может быть повышен через законодательные изменения, увеличивающие налогооблагаемую базу для социального вычета по таким программам.

Но даже при сохранении существующей динамики роста, рынок НСЖ имеет все шансы к 2022 году преодолеть отметку в 200 млрд рублей.