

КАЖДОМУ ВРЕМЕНИ НУЖЕН СВОЙ ПРОДУКТ



При более активном участии граждан в заключении договоров страхования жизни данный сегмент страхового рынка достаточно быстро вырос бы в несколько раз. Страховщики должны прикладывать больше усилий для повышения доверия страхователей, разрабатывать новые конкурентные продукты и развивать инфраструктуру. Государство, со своей стороны, создает законодательную основу для страховой деятельности и защиты прав потребителей страховых услуг, рассказал нам заместитель министра финансов РФ Алексей Моисеев.

Современные страховые технологии: Год назад первый вице-премьер дал поручения ряду министерств подготовить предложения по развитию страхования жизни в России. Выполнены ли они?

Алексей Моисеев: Поручения полностью проработаны, определяется единство подходов в регулировании всех финансовых институтов. В деятельности НПФ исторически сложились более благоприятные условия

по сравнению со страховщиками. Это было оправдано ранее, но сейчас, когда НПФ акционировались и по сути ничем не отличаются от страховых компаний, встал вопрос о выравнивании правовых режимов и условий деятельности для всех участников финансового рынка.

ССТ: Требуют ли эти задачи серьезных изменений законодательства?

А. М.: За последние годы были приняты федеральные

законы, совершенствующие, в том числе, налогообложение операций по страхованию жизни — необходимо лишь уточнение действующих норм.

ССТ: Как на развитие страхования жизни повлияет закон о возможности заключения договоров по этому виду страхования в электронной форме?

А. М.: Проект федерального закона «О внесении изменений в отдельные законо-

дательные акты Российской Федерации по вопросам организации страхового дела» предусматривает возможность заключения и исполнения договоров пенсионного страхования, и также договоров страхования жизни в форме электронного документа, тем самым расширяя возможности взаимодействия и обмена документами между страховщиком и страхователями в электронной форме. Граждане смогут не только заключить договор, но и направить заявление о наступлении страхового случая, об осуществлении страховой выплаты. Таким образом, страховщики получают больше возможностей для реализации услуг по страхованию жизни, а страхователи — удобный дистанционный механизм взаимодействия со страховщиком.

ССТ: Как будет решаться вопрос о передаче медицинскими учреждениями страховщикам сведений о состоянии здоровья граждан, застрахованных по договорам страхования жизни?

А. М.: Порядок обмена информацией, составляющей врачебную тайну, между страховщиками и медицинскими организациями регулируется несколькими нормативными актами. Страховщику для получения сведений требуется письменное согласие

застрахованного лица. Такое согласие страхователь дает при заключении договора личного страхования, а также при подаче заявления на осуществление страховой выплаты. При этом не установлено однозначно, имеет ли медицинское учреждение право передавать сведения о состоянии здоровья пациента страховщику, если письменное согласие на их передачу представлено в медицинскую организацию не лично субъектом персональных данных, а страховщиком по его поручению. Для того чтобы исключить неоднозначное толкование норм указанных выше законов, разработан и проходит процедуру публичного обсуждения законопроект, который вносит изменения в законы «Об организации страхового дела в Российской Федерации» и «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» и которым устанавливаются основания и порядок предоставления страховщикам персональных данных о застрахованных лицах и выгодоприобретателях, включая сведения, составляющие врачебную тайну, при наличии письменного согласия указанных лиц.

ССТ: Деньги, которые аккумулируют программы страхования жизни, — это серьезный инвестиционный ресурс?

А. М.: Потенциальный рост страхования жизни с учетом представленных данных о наличии денежных накоплений у населения значителен, если предлагаемые страховщиками условия страхования будут востребованы гражданами, и денежные накопления, направленные на заключение договоров страхования жизни, смогут гарантировать доход, сопоставимый с доходом, получаемым по вкладам в кредитных организациях или по ценным бумагам. О серьезной роли средств страховых резервов как инвестиционного ресурса для экономики страны можно будет говорить, когда объем страховых премий по страхованию жизни будет сопоставим с премиями по страхованию иному, чем страхование жизни.

Государство, возможно, могло бы привлекать эти деньги в какие-то институциональные или иные проекты, но, прежде всего, важна сохранность средств страховых резервов. Надежный инструмент, предоставляемый государством — облигации. Но я не могу сказать, чтобы они очень активно использовались страховщиками. Может быть, потому, что облигации не в полной мере учитывают ожидания страховых компаний в отношении дохода или иных характеристик. Чтобы делать какой-то специальный для страховщиков

инструмент инвестирования средств, нужны объемы. Пока аккумулированные ими суммы невелики.

Центральный банк ведет работу по совершенствованию порядка размещения средств страховых резервов и собственных средств страховщиков. В том числе, прорабатывается и поэтапное расширение инвестиционных инструментов для того, чтобы страхование могло конкурировать по доходности с банковскими и иными продуктами.

ССТ: Сейчас, по данным страховщиков, доля премий по страхованию жизни составляет 0,21 % ВВП. На сколько она может вырасти в ближайший период?

А. М.: В Стратегии развития страхового рынка в РФ до 2020 года доля страховых премий в ВВП и доля страхования жизни в объеме совокупной страховой премии выбраны в качестве контрольных индикаторов успешной реализации. Демонстрируемые темпы прироста могут позволить в 2017 году достичь запланированных показателей.

ССТ: Некоторые страховщики жизни, несмотря на рост, считают, что рынок не выглядит абсолютно здоровым. Что может сделать государство, чтобы ситуация изменилась?

А. М.: Сейчас рост премий по страхованию жизни обу-

словлен в основном продажами через банковский канал и спросом со стороны финансово образованных страхователей с доходами

ний, да и самих страховых продуктов. Самыми популярными были страхование к бракосочетанию и смешанное страхование жизни

Каждому времени нужен свой страховой продукт, который отражает состояние экономики и восприятие его обществом.

выше среднего уровня, которые составляют небольшую часть населения.

Ситуацию может изменить рост доверия потребителей к финансовому рынку и страховому в частности, в сочетании с повышением уровня финансовой грамотности и благосостояния граждан. Долгосрочные инструменты, такие как продукты пенсионного страхования и накопительного страхования жизни, должны конкурировать с банковскими депозитами, удовлетворять потребности в страховой защите различных категорий потребителей. Важными задачами для страховщиков должны стать разработка новых страховых продуктов, развитие инфраструктуры, снижение уровня расходов на ведение дел.

ССТ: Можно ли в современной России сделать этот вид страхования таким же популярным, как, например, было в Советском Союзе?

А. М.: Тогда условия были другие. Не было большого выбора страховых компа-

со страховыми суммами 500 и 1000 рублей. При этом была хорошо поставлена разъяснительная работа, чего сейчас не хватает. В СССР не стояли задачи снижения инфляции, разница между уровнем доходов населения не была столь значительной. Программы накопления по договорам страхования к дате бракосочетания или совершеннолетия позволяли обустроить жизнь молодежи. Сейчас, наверное, подобное восприятие страхования жизни отжило. Каждому времени нужен свой страховой продукт, который отражает состояние экономики и восприятие его обществом.

Снижение уровня доходов населения, инфляция и опасность банкротства страховщика — существенные факторы, влияющие на доверие к инструменту страхования на длительный период времени. Важно повышать привлекательность страхования жизни и обеспечивать его популярность. Приоритетную роль в этом должны сыграть сами

страховщики. Затягивание рассмотрения документов на выплату, необоснованные отказы и т. п. сдерживают потенциальный рост страхования.

ССТ: Достаточно ли защищен клиент на рынке страхования жизни, например, от случаев банкротства, недобросовестности страховщиков?

А. М.: Сейчас уже не ставится вопрос о создании гарантийных фондов. К страхованию не подходит аналог аккумулирования средств за счет отчислений страховщиков, как это сделано для кредитных организаций в Агентстве по страхованию вкладов (АСВ), в силу специфики бизнеса. К тому же финансовые гарантии компенсаций из фонда могут лишить страхователей стимула осознанно выбирать страховую организацию с положительной репутацией и условия страхования, а также создать неравенство условий деятельности и привести к конфликту интересов среди страховщиков.

Предпочтителен путь повышения финансовой устойчивости страховых компаний, совершенствование процедуры банкротства и минимизации рисков потери активов страховщиками. Созданного за последние годы законодательного регулирования для этого вполне достаточно.

Приоритет любых изменений в законы — защита прав потребителей. Решать задачи по защите страхователя также призван формирующийся на страховом рынке институт саморегулирования.

ССТ: И Минфин, и Банк России решают задачу образования и информирования населения о важности страхования жизни. Удовлетворителен ли уровень страховой грамотности населения?

А. М.: Продукты по страхованию жизни сложны для понимания. Требуется открытость информации о страховщике и страховой услуге, разъяснение условий страхования для того, чтобы потребитель смог сделать

вызах. Кроме того, в России не первый год реализуется Проект по развитию финансового образования и повышения финансовой грамотности совместно с Всемирным банком.

ССТ: Какими критериями нужно руководствоваться при выборе как страховщика, так и продукта — что вы могли бы посоветовать нашим читателям?

А. М.: Руководствоваться следует прозрачностью деятельности страховщика, открытостью и доступностью информации о нем, опытом осуществления деятельности. Важна компетентность и оперативность работы персонала, понятность условий страхования и положений договора

Приоритет любых изменений в законы — защита прав потребителей.

осознанный выбор. В то же время нужны определенные знания в области финансов и страхования, чтобы ее понимать.

В Основных направлениях развития финансового рынка РФ на период 2016–2018 годов финансовой грамотности уделяется существенное внимание. Мероприятия по ее повышению рассчитаны на все три года и включают развитие сетевых ресурсов, программы обучения в школах, колледжах и

страхования, готовность грамотно их объяснить и ответить на все вопросы потенциального страхователя, связанные с выбором страхового продукта. А выбор страхового продукта должен быть обусловлен страховым интересом, возможностью накопления средств к достижению определенного возраста или наступлению иного события в жизни, а также рисками, представляющими опасность.



Владимир Черников

Генеральный директор компании «Ингосстрах–Жизнь»

Страхование жизни продолжает активно развиваться и показывает высокие темпы роста. Ассоциация Страховщиков Жизни совместно с Комитетом по развитию страхования жизни Всероссийского Союза Страховщиков подвели предварительные итоги работы на российском рынке страхования жизни за 1 квартал 2016 года. Объем премии по страхованию жизни по итогам квартала вырос на 80,6 % и составил 40,83 млрд рублей.

Растет уровень финансовой грамотности россиян, и все большее внимание уделяется инструментам долгосрочного финансового планирования. Важно формировать доверие граждан к деятельности страховых компаний. Таким наглядным показателем являются выплаты, осуществляемые клиентам. В 1 квартале 2016 года выплаты по страхованию жизни увеличились на 38 % и составили 6,03 млрд рублей.

Например, в мае 2016 года «Ингосстрах–Жизнь» осуществила одну из крупнейших выплат на рынке страхования жизни — более 77,4 млн рублей. Подобные факты подтверждают надежность и финансовую стабильность компании. Таким образом, страхование жизни показывает свою эффективность в качестве инструмента финансового планирования и поддержки в случае возникновения непредвиденных жизненных обстоятельств.



Александр Бондаренко

Генеральный директор РОСГОССТРАХ ЖИЗНЬ

Двукратные темпы роста рынка страхования жизни, зафиксированные Ассоциацией страховщиков жизни в 1 квартале 2016 года, можно смело назвать прорывом в нашей отрасли. Рынок страхования жизни становится все более значимым, и мы надеемся, что регулятор будет рассматривать его уже в качестве отдельной и важной индустрии для развития финансового рынка и экономики в целом.

Для этого у страхования жизни должно появиться полноценное законодательное регулирование. Во всем, что касается страхования жизни, Центральный банк сейчас, очевидно, значительно отстал от рынка, занимаясь другими проблемами. Все время туша пожары, находясь в поиске оптимальных решений, в том числе по ОСАГО, они значительно отделились реального состояния дел. И все нормативные акты, которыми регулируется страхование жизни, очевидно устарели.

Если до сих пор мы воспринимались как компания, оказывающие страховые услуги с инвестиционной составляющей, то сейчас, на мой взгляд, мы, скорее, ближе к инвестиционному рынку с элементами страхования. Эти изменения также требуют законодательной основы.

Страхование жизни становится одним из ведущих финансовых институтов по привлечению долгосрочных средств и инвестиций населения. Мы становимся серьезным игроком на инвестиционном рынке, располагая возможностью покупать ценные бумаги, облигации, акции и финансировать долгосрочные проекты.

В лице рынка страхования жизни государство может получить мощного инвестора, которого ему сейчас очень не хватает, нужно лишь обратиться на наш рынок немного внимания.

? ОПРОС НОМЕРА:

Можно ли сейчас сделать страхование жизни таким же популярным, как это было в Советском Союзе, когда им были охвачены все поголовно? Что для этого нужно сделать, что мешает?



Алексей Кривошеев
Заместитель генерального директора, руководитель блока разработки страховых продуктов СК «Альянс Жизнь»

Сама формулировка вопроса подразумевает принципиально иную, более существенную роль института добровольного страхования жизни в экономике страны, невозможную без государственного стимулирования.

В последние несколько лет, благодаря активной позиции рынка и принципиальному пониманию государством важности вопро-

са формирования в стране класса частных инвесторов, делаются определенные шаги в направлении популяризации страхования жизни: был введен налоговый вычет по договорам страхования жизни, приняты поправки, разрешающие заключение и администрирование договоров страхования жизни онлайн. И сейчас на повестке важные вопросы: комплекс мероприятий по повышению финансовой грамотности населения и дополнительные льготы для работодателей, желающих расширить социальный пакет накопительными решениями.

Только так, шаг за шагом, постепенно повышая уровень финансовой грамотности, предлагая дополнительные преимущества и сервисы, можно достигнуть более высокого уровня проникновения страхования жизни.



Николай Николенко
Председатель совета директоров ООО «РОСИНКОР Резерв», к. э. н., доцент, сертифицированный бизнес-тренер

Во-первых, нужно, чтобы человек ценил свою жизнь. А она имеет цену только тогда, когда человеку есть, что терять. Основной фактор, который влияет на отсутствие рыночного, а не банковского «принудительно» страхования жизни — экономический, и заключается он в том, что основная часть российского населения живет достаточно бедно. На товары первой необходимости люди тратят до 80–90 % своего текущего дохода. Денег для накопления практически не остается. Поэтому и не развито долгосрочное страхование жизни.

Во-вторых, работает фактор психологи-

ческий. Даже та часть населения, которая имеет деньги, достаточно скептически относится к страховым компаниям. И виноваты в этом сами страховщики, а точнее собственники и менеджмент многих страховых компаний, которые на протяжении длительного времени так и не поняли суть страхового продукта.

На своих тренингах уже 20 лет я задаю менеджерам различного уровня разных компаний один и тот же вопрос: что мы продаем? В ответ слышу общие слова об уверенности, спокойствии, защите. Пора понять нам всем очень простую вещь — мы продаем страховые выплаты, то есть за меньшие деньги продаем большие деньги. Когда мы это поймем, то начнем платить страхователям по страховым случаям оперативно, без волокиты и в полном объеме. То есть делать то, что ждет от нас наш клиент. Тогда страхователи пойдут к нам добровольно и доверят свои деньги на длительные сроки.