Малоизвестные свойства и возможности продуктов по страхованию жизни

Редкий накопительный продукт по страхованию жизни – из числа представленных на российском рынке – защищен от инфляции. В то же самое время некоторые продукты по страхованию жизни, представленные в Европе и США, в России отсутствуют как таковые. О том, почему так произошло и что надо сделать, чтобы изменить положение, нашему журналу рассказывает член Правления Гильдии актуариев Александр Лельчук.

«Современные страховые технологии»: *Александр Львович, мне бы хотелось поговорить о продуктах по страхованию жизни.*

Александр Лельчук: С удовольствием! Но прежде мне хотелось бы дать несколько вариантов их классификации.

Первый вариант классификации основан на типе страхового риска. В мировой практике страхование жизни обычно де-

лится на две большие группы в соответствии со страховым риском: риском смерти или риском долголетия. Если клиенту необходима защита на случай смерти, он покупает страхование на случай смерти, смешанное страхование жизни или пожизненное страхование. В случае смерти застрахованного лица, страховщик производит страховую выплату и, соответственно, несет убытки. Если же клиент озабочен обеспечением на старости лет, т.е. его потенциальные материальные проблемы связаны не со смертью, а, наоборот, с большой продолжительностью жизни, он покупает аннуитет (пенсию). Соответственно, страховщик несет убытки, если застрахованный живет дольше среднего.

Согласно второму варианту классификации, страхование жизни делится на рисковое, не предусматривающее выплат по дожитию, страхование на случай смерти, и накопительное (смешанное страхование жизни, пожизненное страхование и т.д). В этом варианте классификации аннуитеты относятся к накопительному страхованию жизни.

И, наконец, третий вариант классификации делит страхование жизни на традиционное и гибкое. К традиционному страхованию относятся страховые продукты, хорошо известные на российском рынке. Гибкое страхование обеспечивает клиенту либо возможность управления инвестированием своих средств (паевое страхование жизни, unit linked), либо простоту изменения условий страхования (универсальное страхование жизни).

В случае паевого страхования жизни клиент сам выбирает паевые фонды, в которые инвестируются его накопления. Размер выплаты зависит от того, как эти паи растут (или, возможно, убывают). Универсальное страхование жизни обеспечивает простоту изменения условий страхования за счет использования принципиально иной, чем у традиционных продуктов, открытой страховой схемы.

ССТ: *Что это значит?*

А.Л: В случае традиционных продуктов страхования жизни клиенту известны только размеры взносов и выплат, а что происходит с его взносами – неизвестно. В случае универсального страхования в договоре в явном виде указывается годовая стоимость страхования на случай смерти и доля

взноса, используемая на покрытие расходов страховщика. Остаток страхового взноса – накопительная часть – учитывается на накопительном счете клиента. Таким образом, накопительный счет клиента представляет собой простой инвестиционный счет, на который начисляются гарантированная ставка доходности и дополнительный инвестиционный доход, зависящий от фактической доходности инвестиций страховой компании. Максимальную гибкость обеспечивает комбинация паевого и универсального страхования – универсальное паевое страхование жизни.

ССТ: *А какие продукты по страхованию жизни представлены на российском рынке?*
А.Л: Традиционные: страхование на случай смерти, которое зачастую называется страхованием на срок, смешанное страхование, пожизненное страхование (зачастую позиционируется как ритуальное), страхование аннуитетов. Страховая компания «Геополис» осуществляет пенсионное страхование шахтеров – продает компаниям немедленные пожизненные аннуитеты для вышедших на пенсию шахтеров, выплаты по которым начинаются сразу после заключения договора страхования. Продаются также и отложенные аннуитеты, которые предполагают сначала период накопления, а потом период выплаты. Некоторые компании предоставляют возможность перевода единовременной выплаты по дожитию в аннуитет.
Продается также групповое страхование – в основном рисковое (на случай смерти), – и кредитное страхование жизни, т.е. страхование жизни заемщиков кредитов. В дополнение к собственно страхованию жизни продаются дополнительные программы страхования здоровья – страхование на случай инвалидности, страхование от несчастных случаев, страхование на случай диагностирования критического заболевания и т.д. В частности, кредитное страхование жизни обычно включает в себя страхование на случай инвалидности первой и второй групп.

ССТ: *Существуют ли принципиальные отличия отечественных продуктов по страхованию жизни от представленных в западной Европе и США? Есть ли в ряду западных*

и американских продуктов такие, каких у нас точно нет, а там это составляет определенную долю рынка?
А.Л: У нас практически отсутствует паевое страхование жизни. Правда, «Тройка-Диалог» делает нечто вроде паевого страхования жизни за счет комбинации паевых фондов и страхования жизни. Очень редко встречается и универсальное страхование жизни, мне известны только отдельные случаи группового универсального страхования жизни.

ССТ: *Что обусловило появление гибкого страхования?*
А.Л: Потребности клиентов и развитие компьютерных технологий, которое сделало доступным администрирование гибких схем. Для того чтобы позволить страхователю оперативно менять условия страхования жизни, необходим очень высокий уровень автоматизации администрирования.

ССТ: *Почему иностранные компании не выводят на российский рынок продукты гибкого страхования, а приходят только с классикой?*
А.Л: Ну, во-первых, классика у них тоже продается. Во-вторых, для гибких продуктов должны быть соответствующие регулирование. С точки зрения регулирования, у нас пока что невозможно полноценное паевое страхование – его развитию мешают действующее законодательство и регулирование как страховое, так и налоговое. Правда, была проведена определенная работа в рамках Ассоциации Европейского бизнеса и подготовлены изменения в закон «Об организации страхового дела», Налоговый кодекс и страховое регулирование.

ССТ: *Можно ли привести цифры, дающие соотношение классики и гибкого страхования?*
А.Л: Все зависит от страны и от времени. Когда на рынке высокая доходность инвестиций, идет движение в сторону паевого и универсального страхования. Когда доходность инвестиций падает, выясняется, что и у традиционного страхования имеется немало достоинств, в том числе, более низкие издержки.

ССТ: *На Ваш взгляд, отразился ли кризис на состоянии продуктовой линейки?*

А.Л: На мой взгляд, изменения относительно невелики, а разработка новых страховых продуктов требует времени. В то же время можно выделить долгосрочную тенденцию, как с точки зрения страховых продуктов, так и с точки зрения маркетинга. Во времена высокой доходности инвестиций маркетинговый упор делался на накопления, в частности, было очень популярно страхование на дожитие с возвратом взносов в случае смерти застрахованного лица. В процессе кризиса усилилась тенденция к продаже продуктов, обеспечивающих существенную страховую защиту, в том числе, стало продаваться гораздо больше полисов страхования на случай смерти. В договор чаще включаются дополнительные страховые программы с высокими страховыми суммами – двойная выплата в случае смерти от несчастного случая, тройная – в случае смерти в ДТП. При продаже агенты акцентируют внимание потенциальных клиентов на страховой защите, а не на накоплениях.

ССТ: *Но ведь длинные программы, двадцатилетние, были модифицированы в более короткие, десятилетние.*
А.Л: Срок страхования – вопрос тонкий. Приведу пример. Работая с одной российской компанией по страхованию жиз-

ни, я обратил внимание на то, что у них довольно высокие комиссионные для коротких договоров. Поинтересовался, почему, и мне ответили, что, по мнению продавцов этой компании, краткосрочные накопительные продукты пользуются большим спросом, чем долгосрочные. А долгосрочные вообще очень сложно продавать. Тогда я попросил показать базу по проданным полисам, и был сильно удивлен, обнаружив, что средний срок действия полисов, которые продают агенты, составляет 17 лет. Иными словами, в компании, где продают полисы, средняя длительность которых составляет 17 лет, пребывают в уверенности, что долгосрочные полисы продать нельзя.
Чтобы компания могла продавать долгосрочное накопительное страхование жизни, клиенты не должны терять вложенные деньги. И серьезные компании, которые занимаются страхованием жизни, а не схемами, именно так и поступают. ING свернула свою деятельность в России и передала свой портфель другой компании. В результате клиенты ничего не потеряли. Не имели никаких проблем и клиенты AIG – хотя головная компания за это время обанкротилась и попала под управление американского правительства.

ССТ: *Есть ли смысл продавать в России продукты со сложным администрированием?*

А.Л: Продукты со сложным администрированием не имеют такого уж большого смысла не только в России, но и в других странах. Что такое в России сложный продукт? Берется традиционный продукт, на него навешивается гибкость. Иными словами, клиенту разрешают изменять взносы, изменять страховые суммы – и делать это можно в любое время! При этом компании, решившиеся на подобный шаг, зачастую еще не располагают необходимой автоматизацией. На мой взгляд, это не имеет смысла: гибкость обеспечивается использованием гибких страховых продуктов. Если универсальное страхование жизни обеспечено необходимой автоматизацией, его не сложно администрировать. Это достаточно простой, прозрачный, понятный клиенту продукт; все расчеты по нему достаточно простые.

ССТ: *Что надо сделать, чтобы универсальное страхование заработало в России?*
А.Л: Прежде всего, надо работать над регулированием и законодательством – чтобы не возникали проблемы из-за того, что у нас существуют «исторически возникшие» требования и ограничения, которые не имеют особого смысла. На мой взгляд, страховому сообществу надо расчищать страховое законодательство, регулирование и налогообложение, чтобы можно было разрабатывать такие страховые продукты, которые нужны нашим клиентам.

ССТ: *А у паевого страхования жизни, на Ваш взгляд, перспектив в Россиии нет?*
А.Л: Почему? Есть, как и везде – только для начала опять же нужно доработать законодательство, чтобы оно позволяло делать паевое страхование таким, каким оно должно быть, без ненужных ухищрений, связанных с неоправданными ограничениями.

ССТ: *Дайте, пожалуйста комментарий по продуктам-транформерам.*
А.Л: Я не знаю, что такое продукты-трансформеры.

ССТ: *Это гибкий продукт, который позволяет в течение договора страхования менять список застрахованных, добавлять или убирать риски – может быть, следуя каким-то пра-*

вилам, а может быть, и в свободном режиме. Потребность в таких продуктах со стороны клиентов есть, и я слышала, что они были разработаны.

А.Л: Я думаю, что такие продукты не имели маркетингового смысла. Могу объяснить, почему. Во-первых, гибкость в пределах традиционных продуктов достигается плохо – потому что изначально они для этого не приспособлены. Универсальное страхование – очень простой по своему смыслу продукт. Как я уже говорил, взнос можно разделить на открытые части: одна часть идет на страхование на случай смерти, другая на расходы страховщика, а все остальное накапливается. Понятно, что с технической точки зрения в такой схеме любые изменения вносить легко. Хочешь повысить сумму по смерти или изменить размер страхового взноса – пожалуйста! Это абсолютно простая схема и с точки зрения администрирования, и с точки зрения расчетов. Но есть другие проблемы. Например, страхователь хочет резко увеличить страховую сумму. Почему? Может быть, ему диагностировали рак? То есть, практически, проблема состоит не в администрировании и не в расчетах, а в том, чтобы избежать антиселекции. Поэтому существенно повысить страховую сумму без проведения дополнительного андеррайтинга невозможно. А, скажем, добавить какие-то покрытия, если они не требуют андеррайтинга, можно без проблем. Нетрудно добавить дополнительные программы к традиционному договору страхования жизни, например, к смешанному страхованию жизни. Но что-то изменять в нем самом гораздо сложнее. Однако не все клиенты хотят получить гибкий продукт, понимая, что за все приходится платить.

В мировой практике есть универсальное страхование жизни и на его основе делаются гибкие схемы. Трансформеры, созданные на основе традиционных продуктов, это тупиковый путь.

ССТ: *Какие продукты могут быть интересны при значительной инфляции?*
А.Л: Как гибкие страховые продукты, так и традиционные.

ССТ: *А как должны быть переработаны традиционные страховые продукты?*
А.Л: Строго говоря, о переработке речи не идет: механизмы защиты от инфляции являются нормальной составной частью традиционных страховых продуктов. Во-первых, долгосрочное страхование жизни должно предусматривать бонусы, т.е. участие в прибыли страховщика. Никому не дано предугадать доходность инвестиций на 20-30 лет вперед. Если тарифы рассчитывать при низкой ставке доходности, получается продукт, неинтересный для клиента, при высокой – рискованный для страховой компании, и, в конечном итоге, для страхователя. Поэтому единственный путь – расчет тарифов при низкой ставке доходности и начисление бонусов, основанных на фактической доходности инвестиций.

ССТ: *Каким образом эти бонусы могут быть реализованы при нашем законодательстве и при невозможности изменить страховую сумму? Что, собрание акционеров будет решать, какую долю прибыли компания направит на выплаты? Но даже если так, то вырастет подоходный налог.*
А.Л: В законе «Об организации страхового дела» есть понятие участия страхователя в инвестиционном доходе страховщика. В таком случае руководство компании регулярно принимает решения, что исходя из реальной доходности инвестиций, начисляется процент сверх гарантированной нормы доходности.

ССТ: *В результате изменяется страховая сумма, верно?*
А.Л: Можно просто накапливать дополнительный инвестиционный доход, и тогда выплата равна страховой сумме исходного договора плюс накопленный доход.

ССТ: *То есть, конечная страховая сумма все равно будет изменена! А страховая сумма – это существенное условие договора страхования! Фактически Вы говорите о том, что страховщик в одностороннем порядке увеличивает свои обязательства!*

А.Л: Он это делает в соответствии с договором страхования. При начислении бонуса страховщик в соответствии с нормативным документом «Порядок формирования страховых резервов по страхованию жизни» увеличивает страховые резервы. Прибыль не возникает, не возникает и налог, потому что рост резервов уменьшает прибыль страховой компании.

ССТ: *Я имею в виду подоходный налог для человека, потому что это бонус, а не страховая выплата.*

А.Л: Нигде не написано, что она не страховая – этот вопрос постоянно обсуждается. В законе «Об организации страхового дела» написано, что страховая компания имеет право платить страхователю дополнительно из своих доходов. Но вообще-то, если это не страховая выплата, то любая организация имеет право кому угодно что угодно заплатить. Для этого совершенно не надо писать законы.

ССТ: *С вашей точки зрения, эта выплата не вступает в противоречие с НК РФ?*

А.Л: С моей, нет. Но вообще это типичная ситуация нашего законодательства и регулирования: за что ни возьмись, можно посмотреть так, а можно и иначе. На мой взгляд, написано достаточно ясно: страховая компания имеет право выплатить дополнительно, а она делает только страховые выплаты. О том, что она имеет право делать не страховые выплаты, писать не надо. Любая организация может выплатить кому угодно, что угодно – зачем об этом писать в законе? По опыту

моей работы, еще до того, как упомянутый оборот появился в законе, мы согласовывали со Службой страхового надзора возможность выплачивать бонусы. Нигде в законе не написано, что страховая сумма за время действия договора страхования не может меняться.

ССТ: *Если взять эту идею, то, что такое бонус? Это базовое участие в прибыли. В чем отличие от паевого страхования?*
А.Л: Основная разница между паевым страхованием и участием в прибыли заключается в наличии в традиционных продуктах гарантированного размера страховой выплаты – не ниже указанной в договоре страховой суммы. В паевом страховании никаких гарантий нет. В случае обесценивания паев размер выплаты может быть неожиданно мал.

ССТ: *Является ли начисление бонусов достаточной защитой от инфляции?*
А.Л: Начисление бонусов – иными словами, дополнительного инвестиционного дохода – позволяет защитить накопления. Но есть еще и взносы. В результате инфляции реальный размер взносов (покупательная способность) падает. А это проблема не только страховой компании, поскольку падение реальной величины размера взносов означает и падение реальной величины выплат. Иными словами, клиент получит меньше денег, чем рассчитывал. Поэтому поддержание реального размера взносов важно не только для страховой компании, но и для страхователя.
Отметим также, что интерес страховой компании заключается не только в дополнительном бизнесе. Расходы растут вместе с инфляцией, а средства, которые компания может использовать для их покрытия, остаются неизменными.

ССТ: *Значит, имеет смысл предлагать продукты с ежегодным увеличением размера взноса. Например, на 10%.*
А.Л: Здесь проблема та же, что и при прогнозировании доходности – будущая инфляция нам неизвестна. Если индексация слишком велика, клиенты не смогут платить страховые взносы. Слишком мала – не обеспечит защиту от инфляции. Обычно вопрос решается иначе: в договоре прописывается, что компания имеет право предложить индексацию на ту величину, на которую сочтет разумным, исходя из инфляции и роста средней зарплаты в стране. Клиенты, для которых уплата индексированного взноса слишком обременительна, могут отказаться от индексации, для чего достаточно платить неиндексированные взносы.

ССТ: *В результате получается аналог гибкого продукта...*
АЛ: И начисление бонусов, и индексация – элементы гибкости, однако это элементы гибкости в пределах традиционного продукта, и они в него технологично встраиваются.

ССТ: *Но они тоже требуют дополнительных расходов на администрирование ...*
А.Л: Да, администрирование индексации требует дополнительных усилий, но дополнительные расходы покрываются за счет дополнительного взноса.

ССТ: *Где можно более подробно ознакомиться со страховыми продуктами по страхованию жизни?*
А.Л: Существуют прекрасные зарубежные учебники, которые можно заказать по интернету. На русском языке соответствующая литература отсутствует, однако в ближайшие месяцы этот пробел будет, в определенной мере, заполнен. Я сдал в печать – издательство «АНКИЛ» – учебник, который как раз и посвящен страховым продуктам и связанным с ними вопросам, таким, как страховые риски, смертность, перестрахование, расходы страховых компаний, доходность инвестиций, управление инвестициями, и немного актуарным расчетам в страховании жизни для не актуариев. Заинтересованные в оптовой закупке для своих страховых компаний могут обратиться ко мне или в издательство. Кроме того, книга будет продаваться в книжных магазинах.

Беседовала Татьяна Робулец