

**ВЫГОДНО ЛИ ИМЕТЬ  
ПАРАШЮТ?**

Президент АО «МетЛайф», президент Ассоциации Страховщиков Жизни (АСЖ) Александр Зарецкий сравнивает страхование с парашютом. От парашюта требуется, чтобы в форс-мажорных обстоятельствах он раскрылся и спас нашу жизнь. В минуту опасности мы молимся о надежности средства спасения, а не его прибыльности. Так и полис страхования жизни: этот инструмент должен быть, прежде всего, надежным средством спасения в любой кризисной ситуации. Эту уверенность в завтрашнем дне не измерить в процентах годовых.

**Современные страховые технологии:** Очередной экономический кризис заставляет людей думать о своем благополучии в будущем. Может это стать стимулом развития страхования жизни?

**Александр Зарецкий:** Да, определенным образом. Чем больше нестабильности в окружающем мире, тем выше внутренняя потребность в страховой защите, тем понятнее идея страхования жизни. Однако, это не значит, что граждане в какой-то момент с утра построятся в очередь к страховщикам жизни.

**ССТ:** В СССР 85 % населения пользовалось программами накопительного страхования жизни. При этом, жили хоть и не слишком богато, но, наверное, более спокойно: не думали о кризисах, кредитах, куске хлеба на завтра. Сейчас рисков больше. Государство ежегодно сокращает объем социальных гарантий, перекладывая ответственность за себя и свое будущее на граждан, но страхование жизни не развивается. В чем дело?

**А. З.:** В СССР у человека не было большого набора

финансовых услуг — был Сбербанк и Госстрах. Накопительное страхование, фактически, исполняло функцию передачи накопленного следующему поколению. Самой востребованной программой было страхование детей. Я бы еще добавил, что в советское время гражданин получал больше предложений приобрести полис. В Госстрахе было очень много агентов, десятки тысяч! Они доносили идеи страхования до людей. Услуги по личному страхованию предлагаются человеку человеком — это не те программы, которые приобретают в магазинах или интернете.

**ССТ:** Важно отметить: в Советском Союзе для того, чтобы передать депозит другому лицу, требовались юридические действия, а полис накопительного страхования можно было легко пода-

рить путем передачи самой бумаги. Может быть, важным фактором в развитии накопительного страхования является простота передачи накоплений?

**А. З.:** Дело в том, что счет в банке не воспринимается как целевая программа. Когда оформляется полис на ребенка, вы не только ставите конечную цель, определяете смысл накопления, вы еще и возлагаете на себя обязанности по этому накоплению. Это почти сакральное действие в пользу ребенка, в нем заложен глубокий смысл, так как программа будет выполнена в любом случае, вне зависимости от жизни и здоровья родителей.

**ССТ:** Какова сейчас ситуация в этом секторе накопительного страхования?

**А. З.:** В классическом накопительном страховании жизни сейчас стагна-

*Исследования в Германии выявили прямую зависимость: рынок частного страхования растет в периоды, когда ослабевает социальная поддержка со стороны государства. И наоборот, когда государство способно отдавать больше денег в социальную сферу, частное страхование испытывает трудности.*

ция. Позитивный фактор, усиливающий потребность в страховании — это продолжающееся ослабление социальной функции государства. Кроме того, у нас есть определенные налоговые льготы для страхователей. Правительство уделяет много внимания развитию накопительного страхования.

К негативным факторам, препятствующим росту популярности страхования жизни, относится сама макроэкономическая ситуация. В советские времена у нас не было макроэкономических шоков. У граждан не было ощущения, что рубль — нестабильная валюта, не было высокой инфляции. А все это влияет на отношение к долгосрочному накоплению!

Другой негативный фактор — это падение доходов. Он не столь критичен, так как проникновение услуги очень низкое. Если даже у половины платежеспособного населения доходы упали, то 25 млн граждан, сохранивших доходы, составляют значительное поле для деятельности страховщиков жизни. Есть с кем работать!

### **ССТ: Как же переломить ситуацию с этими разнонаправленными факторами?**

**А. З.:** С моей точки зрения, развитие классического страхования жизни сдерживает, прежде всего, то, что сами страховщики сфокусировались на других вещах. На рынке нет растущего предложения.

Наша услуга не покупается, она продается: кто-то должен позвонить человеку, встретиться с ним, выяснить его потребность и предложить решение. Этого сейчас не происходит. Страховой рынок ушел в банковский канал. А у этого канала есть своя особенность. Он не заточен на предложение классических страховых программ, полноценных страховых решений. В банке нет ресурсов для этого.

Страховщики обратились к продажам через банки потому, что развивать собственные агентские сети — это дорого и сложно. Правильно построенная агентская сеть окупается, но построить ее непросто. Вот страховщики и ринулись в банкострахование. Фокус на развитие агентств был утрачен. Мно-

гие иностранные и российские компании (AVIVA, ING, Эрго, Альянс, АльфаСтрахование) пытались активно развивать агентские сети. Но большинство эту работу свернули. Сейчас из 30 компаний, занимающихся страхованием жизни, развивают агентские сети максимум 4–5. Это очень мало.

### **ССТ: Может быть, агентские сети как направление уходят в прошлое под напором современных технологий продаж?**

**А. З.:** Я не думаю, что секреты агентских продаж не будут востребованы. Когда цикл легких денег и легких бизнесов закончится, компании вернуться к работе с агентами. Это время уже наступает.

### **ССТ: Какая поддержка нужна отрасли от государственного развития?**

**А. З.:** Мы обозначали меры, которые необходимы для развития индустрии страхования жизни, на встрече с первым вице-премьером Игорем Ивановичем Шуваловым, на встречах в ЦБ и в ВСС. Пре-

## Проникновение накопительного страхования жизни



**1 млн человек**  
или **0,5 % населения**  
– имеют полис классического накопительного страхования жизни



**50 млн человек**  
– потенциальные страхователи  
(не включая детей, пожилых людей и малообеспеченных граждан)

жде всего, нужны налоговые льготы, как во всем мире. Когда мы предлагаем клиенту делать долгосрочные финансовые сбережения, должны быть факторы, которые нивелировали бы его опасения за судьбу накоплений, когда будущее далеко и непонятно.

Второй важный аспект — включение страховых компаний во все пенсионные проекты. Гражданам должны быть предложены добровольные варианты пенсий и накоплений, альтернативные государственному пенсионному обеспечению. Пока государство не видит в нас поставщиков пенсионной услуги, как индивидуальной, так и корпоративной.

Еще один важный момент: в ситуации, когда развиваются технологии, рынок страхования жизни не должен отставать. Технологии помогают быстрее донести наши продукты до потребителя, более качественно обслуживать клиента. Для этого тоже нужны определенные поправки в законодательство.

В целом, необходимо, чтобы была эффективна вся государственная система. Прежде всего — суды и правоохранительные органы. Индустрия личного страхования уже столкнулась в некоторых регионах с процветающим страховым мошенничеством. Когда группа людей покупает страховки в большом количестве компаний, потом инициирует однотипные страховые случаи, подделывает медицинские документы, приходит с ними в клиники и

### Что нужно рынку для нормального развития:

- Благоприятный инвестиционный климат
- Комфортная регуляторная нагрузка со стороны государства
- Налоговые льготы для страхователей
- Увеличение суммы социального налогового вычета со 120 до 400 тыс. рублей в год
- Полноценное участие страховщиков в добровольной системе накопительного пенсионного страхования наравне с пенсионными фондами
- Использование современных технологий в полном объеме, в частности: разрешение продавать полисы в электронном виде через агентов и брокеров
- Работа правоохранительных органов и судов, направленная на стимулирование работы бизнеса, а не на его подавление

оформляет инвалидность. Когда мы пытаемся этому противостоять и подаем на мошенников в суд, судья выносит решение не в нашу пользу.

### ССТ: В чем вы видите выход?

**А. З.:** Страховщики часто слышат в ответ на свои обращения, что сами виноваты: «Знаем мы ваш бизнес». Мы не видим заинтересованности в расследовании страховых мошенничеств. Значит, наверное, нужно поменять критерии оценки деятельности правоохранительных органов. Например, мы видим, что к банкам внимания больше. Наверняка есть показатели по раскрытию преступлений в банковской сфере! Поэтому у нас есть предложение — разработать и включить в систему оценки работы правоохранительных органов показатель борьбы с мошенничеством, в том числе страховым.

Верховному суду тоже нужно пересмотреть свою позицию со штрафными санкциями. Например, если страховая компания испытывает сомнение по факту наличия страхового случая и проигрывает суд, то выплачивает в итоге в три раза больше, чем составляла страховая сумма. Эти чрезмерные штрафы создают питательную среду для мошенников.

**ССТ:** Многие правозащитники ссылаются на американскую практику, когда за нарушения договора с компаний в пользу потребителя взыскивают колоссальные деньги. Там мошенничество не развивается так активно!

**А. З.:** Не слышал ни от кого от своих коллег из других стран, чтобы суды в таком количестве, практически поголовно выносили решения в пользу страхователей, и чтобы в этих решениях страховая сумма увеличивалась в три раза. Сегодня на



российском рынке работает огромное количество юристов, которые ищут клиентов либо «подставляют» их. С клиентом заключается сделка: ты получаешь свои деньги по страхованию, а я получаю все штрафы.

**ССТ:** Инструменты, связанные с инвестированием средств частных клиентов, развиваются только тогда, когда у населения высокий кредит доверия к финансовым институтам и когда есть механизм гарантий сохранения сбережений. Действующая на сегодня система АСВ тоже не защищает во всех случаях: накопления свыше 1,5 млн рублей в случае отзыва у банка лицензии теряются. То есть копить на депозите крупные суммы небезопасно. А можно ли доверять накопительному страхованию жизни?

**А. З.** Система гарантирования вкладов изначально порочна. Она приводит к тому, что людям становится совершенно наплевать на надежность тех или иных финансовых институтов и инструментов. Таким образом, формируется категория пользователей финансовых услуг, которые смотрят только на один показатель — доходность. В инвестициях всегда действуют два фактора: жадность и страх. Если страха потерять нет, остается только жадность. Поэтому люди обращаются в разные непонятные финансовые организации, не задумываясь о последствиях.

Система гарантирования снижает потребность в финансовой грамотности, отучает принимать на себя ответственность, формирует примитивное потребительское поведение. Серьезные, надежные компании проигрывают конкуренцию. Они не могут достучаться до своего клиента, у которого в глазах только проценты.

В страховании главный показатель — надежность. Страхование работает там и тогда, когда все остальные инструменты сломались. Задача страхования — сохранить деньги, как задача парашюта — сохранить жизнь. Смешно ждать доходности от парашюта! Так и ожидание высокой доходности от долгосрочного страхования жизни бессмысленно.

**ССТ:** Что можно сделать для повышения доверия населения страховщикам?

**А. З.:** За повышение доверия к финансовым рынкам отвечают как сами финансовые институты, так и регулятор. Банк России в последнее время делает очень многое, чтобы доверие граждан к страховщикам повысилось: проводит «чистку» рынка, повышает требования к надежности, к платежеспособности, к качеству активов и т. д.

Также ЦБ начал уделять внимание тому, как продаются финансовые услуги. Очень важно бороться с навязыванием, неправильными продажами. А как порой ведут себя сами страховщики?! Демпингуют, пытаются забирать бизнес у конкурентов не совсем этичными способами...

#### **Почему страховая компания надежнее банка:**

Для того чтобы обеспечить процент по депозитам, банку нужно выдавать кредиты. Такая модель хорошо работает в нормальной ситуации. В кризис количество денег у населения убывает, депозиты из банка забирают. Средний срок депозита — 6 месяцев. А средний срок кредита — 3 года, его досрочно не возвращают. Когда вкладчики пытаются забрать свои депозиты, возникает проблема с ликвидностью. Банк разоряется. Поэтому использовать банк для долгосрочного накопления средств опасно из-за ловушки ликвидности.

У страховщика жизни другая бизнес-модель: компания получает от клиента деньги на 10 лет и инвестирует их в государственные облигации, также на 10 лет. Если страхователь захочет расторгнуть договор досрочно, он выплачивает штраф, так как нарушает своими действиями систему инвестирования. Поэтому массовые расторжения договоров не происходят даже в кризис. А по окончании срока договора у страховщика подходит срок погашения облигаций, и он всегда может расплатиться с клиентом. Это обеспечивает надежность финансовой конструкции накопления.

Я надеюсь, что в рамках нового СРО на страховом рынке мы будем эффективнее решать эти проблемы.

Для АСЖ самая важная тема на сегодня — это проблема высоких комиссий и демпинга. В любом банке перед началом сотрудничества происходит «парад комиссий». Это рушит рынок, и мы уже увидели последствия в области кредитного страхования. Когда страховщики только выходили на этот рынок, комиссии банка

не превышали 15 %. Сейчас есть комиссии в 98 %! Мы ищем механизмы, как можно решить эту проблему.

#### **ССТ: Что АСЖ делает для повышения финансовой грамотности потребителей?**

**А. З.:** У нас есть проекты, которые мы делаем вместе с ЦБ: выпустили брошюру о страховании жизни, сделали социальный ролик. Активно участвуем в неделях и месячниках финансовой грамотности, которые

организованы Минфином и правительством. Уже три года подряд проводим обучающие семинары по страхованию для журналистов: принимаем слушателей из отдаленных регионов и читаем для них лекции. Повышение финансовой грамотности — это вектор на молодежь. Важно, чтобы поколение, которое только формирует свои взгляды, правильно ориентировалось в финансах и накоплениях.



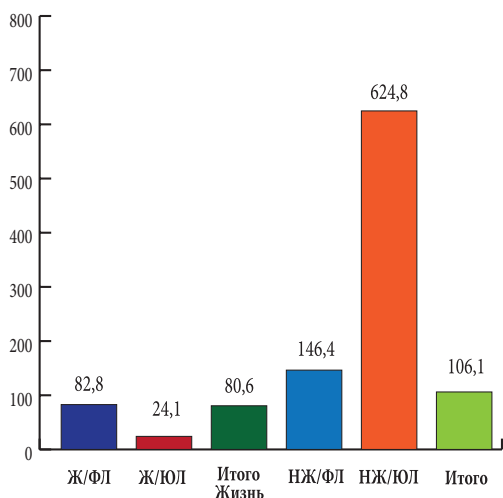
## **ИТОГИ РАБОТЫ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ ЗА 1 КВАРТАЛ 2016 ГОДА**

Данные по сбору премии и выплатам от 21 компании — членов Ассоциация Страховщиков Жизни совместно с Комитетом по развитию страхования жизни Всероссийского Союза Страховщиков, суммарно представляющих более 95 % рынка страхования жизни.

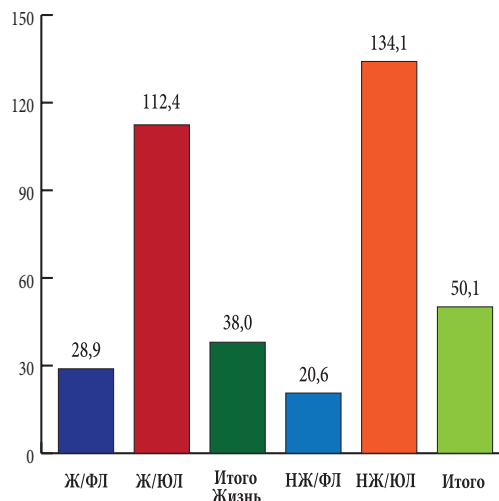
### **ТОП-10 крупнейших компаний по страхованию жизни, в тыс. руб.**

		ПРЕМИИ		ВЫПЛАТЫ	
		Итого Жизнь	Всего	Итого Жизнь	Всего
1	СБЕРБАНК СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ	13 928 479	14 794 301	927 443	927 608
2	РОСГОССТРАХ ЖИЗНЬ	7 422 255	8 188 174	943 804	1 172 761
3	АЛЬЯНС ЖИЗНЬ	681 092	6 790 527	423 445	1 545 744
4	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ-ЖИЗНЬ	5 562 811	5 585 377	719 784	726 660
5	РЕНЕССАНС ЖИЗНЬ	3 250 070	3 553 130	381 380	401 302
6	СИВ ЛАЙФ	2 085 238	2 162 340	619 217	621 686
7	ВТБ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ	1 965 539	1 965 541	31 147	31 147
8	МЕТЛАЙФ	755 620	1 499 030	559 900	805 959
9	РАЙФФАЙЗЕН ЛАЙФ	1 067 884	1 114 711	193 306	195 099
10	ОТКРЫТИЕ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ	1 103 856	1 103 858	14 590	14 590

**Прирост премии  
в сегменте личного страхования  
1 квартал 2016 к 1 кварталу 2015, %**



**Прирост выплат  
в сегменте личного страхования  
1 квартал 2016 к 1 кварталу 2015, %**



## РОССТАТ: ОБЪЕМ И СОСТАВ ДЕНЕЖНЫХ НАКОПЛЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ<sup>1)</sup>

Месяц	Всего накоплений, млрд рублей	В том числе					
		остатки вкладов		остатки наличных денег		ценные бумаги	
		млрд рублей	в % к общему объему накоплений	млрд рублей	в % к общему объему накоплений	млрд рублей	в % к общему объему накоплений
<b>2016 год</b>							
Январь	23895,8	16321,7	68,3	4060,8	17,0	3513,3	14,7
Февраль	23318,0	15853,8	68,0	3889,2	16,7	3575,0	15,3
Март	23757,1	16163,0	68,0	3934,0	16,6	3660,1	15,4
Апрель <sup>2)</sup>	23957,0	16290,8	68,0	3913,6	16,3	3752,6	15,7

<sup>1)</sup> Без учета вкладов на валютных счетах и денежной наличности в иностранной валюте у населения.

<sup>2)</sup> Предварительные данные по состоянию на 29.04.2016.