

**Елена ШАРОВА,**  
главный редактор  
журнала «Современные  
страховые технологии»

## Страхование от потери работы в период массовых сокращений

На отечественном рынке только-только появились страховые продукты по риску безработицы – и, разумеется, были приняты на «ура». Какие цели преследовали разработчики таких программ? Что предприняли, чтобы минимизировать будущие убытки? И какую защиту они предлагают заемщикам?

### Рынок ждет...

Страхование на случай потери работы некоторые эксперты рынка считают сегодня очень привлекательным – особенно с точки зрения маркетинга. Мировая экономика сжимается, и страх потери работы ощущает почти каждый. Поскольку продукт всегда связан с кредитованием, больше всего в нем заинтересованы банки. Вероятность наступления инвалидности или смерти в нынешних условиях гораздо ниже, чем безработица, поэтому банки сегодня продают этот продукт не только ради заработка, но и чтобы покрыть соответствующий риск. Некоторые кредитные организации, вполне обоснованно опасаясь потери работы своими заемщиками,

во время проведения тендеров даже запрашивают соответствующий продукт у партнеров-страховщиков.

Их вполне можно понять: в случае увольнения заемщика, страховая компания определенное время (у всех разное) производит выплаты по кредиту. Однако, как показывает международная практика, ни один из страховщиков, покрывающих риски потери работы, не снимает с заемщика его обязательств перед банком навсегда – все ограничивается конкретным интервалом времени – независимо от вида кредита.

### Степень риска и цена

На первый взгляд, страхование от потери работы в период массовых сокращений близко к экономи-

ческому самоубийству. Чтобы изменить ситуацию, западные страховщики «размывают» системный риск несистемными демографическими. Например, продают страхование на случай потери работы заемщикам кредитов вместе со страхованием жизни. В таком случае ситуация становится более предсказуемой за счет демографической статистики.

«Самое сложное в этом продукте – корректное перестрахование, – считает Булад Субанов, директор по продажам и маркетингу компании ООО «Стэнсинвест», – потому что по нему еще нет российской статистики, и никто не может сказать, какой будет убыточность».

Следующий шаг в решении проблемы системного риска и отсутствия необходимой статистики специалисты видят в правильном определении цены продукта. По понятным причинам она довольно высокая. Булад Субанов оценивает страхование на случай потери работы в 2-2,5 раза больше, чем страхование жизни заемщика. Василий Богданов, руководитель проектов банковского страхования ООО «Фортис Жизнь Страхование», считает, что продукт должен быть дороже базовых рисков заемщиков (НС и рискованного страхования жизни) в 4-5 раз. Но спрос все равно есть, потому что в страховании от безработи-

цы люди находят ответ на свои страхи. Так, страховая компания «Стэнсинвест», начав пилотные продажи в середине апреля, уже получила несколько миллионов рублей подписанной страховой премии.

«Когда человек пришел в банк за кредитом, ему неважно, какой будет цена страховки, если, по его представлениям, она укладывается в разумные рамки, – говорит Василий Богданов. – И сравнивать эту цену со страховками, которые предлагают другие банки в нынешней ситуации клиент не будет. Дали кредит – и хорошо!»

Да и зачем снижать цену, если спрос опережает предложение?

«Пока продукт эксклюзивный и нет войны тарифов по этому риску, нет смысла делать его дешёвым, – считает Богданов. – В Шампани ведь не снижают цены на свою продукцию, именно потому что она эксклюзивная».

Чтобы уточнить величину тарифа, в компании Fortis будут в течение года отслеживать объемы продаж и убытков. По сегодняшней оценке актуариев Fortis, цена полиса на случай потери работы должна составлять около 12% (или чуть больше) от размера страховой выплаты. Например,

**Наши эксперты:**

**Влад СУБАНОВ,**  
*директор по продажам и маркетингу компании ООО «Стэнсинвест»*



**Василий БОГДАНОВ,**  
*руководитель проектов банковского страхования ООО «Фортис Жизнь Страхование»*



**Арташес СИВКОВ,**  
*заместитель генерального директора по продажам СК «АльфаСтрахование-Жизнь»*

для потребительских кредитов она равна ежемесячному взносу.

**Вместо со страхованием жизни или отдельно?**

Международная практика дает примеры продаж страхования от потери работы как через банки (вместе с кредитным страхованием жизни), так и через торговые организации (в качестве самостоятельного продукта). При том, что страхование от безработицы всегда связано с кредитованием, оно далеко не всегда связано с долгосрочным страхованием жизни.

Пионеры российского рынка по страхованию на случай потери

работы – страховые компании Fortis и «Стэнсинвест» – подходят к выбору комплектности продаж совершенно по-разному.

«Стэнсинвест» продает все страховые продукты отдельно, без привязки к совместным продажам – несмотря на то, что выгоднее всего обеспечить каждому клиенту защиту по максимально возможному количеству рисков. Обусловлена такая стратегия различиями в мотивации продаж разных продуктов. В современных условиях продать полис НС гораздо сложнее, чем полис от потери работы, хотя всего год назад найти покупателя на второй продукт было почти невозможно.



Fortis планирует продавать страхование от безработицы только вместе с долгосрочным страхованием жизни, поскольку этот продукт возник по запросу банка-партнера как дополнение к принципиально новому продукту по страхованию жизни. В такой ситуации ни о какой свободе выбора клиента – приобрести страхование жизни с риском потери работы или без него – речи не идет, поскольку считается, что страховать от безработицы будет только человек, не уверенный в устойчивости своего положения на службе.

В компании «АльфаСтрахование» подошли к вопросу совместных продаж с другой стороны – там разработали интегрированный продукт «Защита дохода, жизни и здоровья». Примечательно, что решение об оформлении этой программы заемщик принимает добровольно, а потому она сделана прозрачной и понятной.

Рассмотрим подробнее, что представляют собой продукты компаний-первопроходцев.

### Стэнсинвест

«Одна из целей, которые мы стремились достичь, выводя на рынок продукт по страхованию от безработицы, состоит в том, чтобы сделать увольнение персонала максимально цивилизован-

ным, – рассказывает Булад Субанов. – Мы страхует всего два риска: сокращение сотрудника (с выплатой зарплаты за 2 месяца) и увольнение в связи с ликвидацией предприятия. Все остальные варианты увольнений, например, увольнение по соглашению сторон, не относится к числу наших страховых случаев».

Продукт покрывает все риски заемщика и разработан по принципу конструктора, что сделано по требованию банка-партнера. Сейчас идет этап тестирования, и в компании анализируют, насколько новый продукт востребован рынком, насколько он успешно продается и как влияет на продажи других продуктов. «Те параметры бизнес-плана, которые мы закладывали, уже достигнуты, – говорит Булад Субанов. – То есть, продукт заемщикам банков очень интересен, продавать его достаточно легко, потому что аргументы в пользу страхования от потери работы клиенту понятны».

Успешность продаж на этапе проникновения эксперт оценивает в 10% – и это при том, что никакой маркетинговой поддержки не осуществляется: нигде, кроме точек продаж, продукт не рекламируют. Подобный подход применен из осторожности – чтобы не возникло взрыва





предложений на продукт, еще не прошедший тестирования. Пока нет статистики по продажам и убыточности, в качестве каналов продаж используются только банки – до получения первых статистических данных в компании «Стэнсинвест» не планируют прибегать даже к услугам такого проверенного партнера, как «Почта России», чьи отделения связи расположены повсеместно, и потому продажи всегда успешны. Разработанный компанией «Стэнсинвест» продукт по безработице может быть использован для любых видов кредитов. И сегодня, когда основной партнер

компании «Стэнсинвест» «Хоум Кредит энд Финанс Банк», не работает ни с ипотекой, ни с автокредитованием, продукт продается вместе с потребительскими кредитами и кредитами, которые выдаются наличными. В будущем планируется сопровождать страхованием на случай потери работы кредитные карты.

Продажа страховки осуществляется без проведения дополнительного андеррайтинга, на основании скорринга, проведенного банком.

Уникальность предлагаемого «Стэнсинвест» продукта состоит в длительности кредитных выплат: они осуществляются до окончания срока выплаты кредита, но не более года. Международная практика предусматривает более короткие (3-6 месяцев) сроки выплат, поскольку считается, что специалист, потерявший работу найдет ее в течение нескольких месяцев.

«Определяя срок кредитных выплат, мы руководствовались соображением, что это очень сильный аргумент на этапе продаж, – обосновывает конкурентное преимущество Булад Субанов. – Очевидно, что через некоторое время с аналогичными продуктами на рынок выйдут и другие компании, а модификация программы обойдется дороже, чем изначально заложенные предель-



ные параметры, приемлемые для рынка».

Второе соображение в пользу большой длительности выплат связан со временем, необходимым для сбора пакета документов на страховое возмещение. Например, на получение справки с биржи труда требуется две недели. Однако бизнес-процессы банка предполагают собственный хронометраж, и на получение полного комплекта нужных документов отводится всего 14 банковских дней.

«Мы очень четко выверяли сроки на получение документов и передачу их от страховой компании банку, потому что для нас очень важно, чтобы не возникла ситуация, когда за заемщика идут деньги от страховой компании и в то же время с ним работает внешнее коллекторное агентство, – рассказывает Булад Субанов. – Двухмесячная франшиза введена для того, чтобы заемщик, предоставив весь правильно заполненный пакет документов, не попал под взыскание банка».

Разные кредиты предусматривают разные способы подтверждения статуса безработного. В некоторых модификациях надо периодически, с частотой оплаты очередного кредитного взноса, предоставлять соответствующие



справки. Но по одному кредиту заемщик может получить страховую выплату только один раз. Случаи тотального невезения, когда специалист второй (или даже третий) раз подряд оказывается безработным, не относятся к разряду страховых.

Чтобы максимально увеличить количество контрагентов, продающих разработанный продукт по страхованию на случай безработицы, «Стэнсинвест» предлагает его другим страховым компаниям по следующим схемам:

1. за часть комиссии
2. контрагент берет комиссию за генеральный подряд
3. контрагент предоставляет своего перестраховщика.

## АльфаСтрахование

15 июля 2009 года СК «Альфа-Страхование» начала продажи комплексной услуги «Защита до-

хода, жизни и здоровья». Сейчас продукт предлагают в «Альфа-банке», а в дальнейшем будут продавать и через другие кредитные организации. Структура продукта позволяет интегрировано связать его с разными форматами кредитования.

Цена новой программы зависит от величины кредита. По словам Арташеса Сивкова, заместителя генерального директора по продажам СК «АльфаСтрахование-Жизнь», цена продукта вполне удовлетворяет ожиданиями клиентов и является разумной платой за спокойствие. Выплаты по риску «увольнение/сокращение» начинаются через три месяца, а для их получения необходимо предоставить документы, подтверждающие статус безработного.

«Согласно условиям программы, страховка действует при увольнении или сокращении застрахованного, – рассказывает Арташес Сивков. – Страховая компания платит за заемщика кредит в течение трех месяцев с момента его увольнения, что дает ему возможность спокойно найти работу, не испытывать больших финансовых затруднений и не столкнуться с проблемой долгов и штрафных санкций. Если вспомнить Трудовой кодекс, то при сокращении сотруднику должны выплатить два оклада. Таким об-

разом, уволенный заемщик получает достаточно крепкую финансовую защиту».

Вариант фатального невезения, когда заемщик теряет работу два раза подряд, полисом тоже предусмотрен. Если заемщик выплачивает страховую премию за весь период срока действия договора кредитования, то при повторном увольнении он снова может получать выплаты. На случай возможных мошеннических действий предусмотрены временные франшизы.

### *Fortis*

Стратегия Fortis включает внедрение продуктов, распространенных за рубежом, но отсутствующих в России. Именно к таким продуктам относится и страхование на случай потери работы. Благодаря этому продукту в Fortis планируют налаживать отношения с банками и завоевывать рынок, поскольку они очень заинтересованы в страховании заемщиков на случай потери работы, а пока такие программы почти никто не предлагает.

«У большинства крупных банков есть «своя» страховая компания. Если мы предложим покрытие риска потери работы заемщика, банку придется или отказаться от услуг страховой компании, с которой он работал раньше, или же



обязать ее предлагать продукт с риском потери работы», – обосновывает возможности продукта по завоеванию рынка Василий Богданов.

Fortis предлагает страхование от риска потери работы вместе с потребительскими кредитами до 500 тыс. рублей или кредитными картами. Выплата при наступлении страхового случая составит примерно 15 тыс. рублей в месяц.

Продукт предусматривает увольнение всего по двум причинам: реорганизации предприятия или сокращению штата сотрудников. За заемщика, потерявшего работу по одной из этих причин, страховая компания будет вносить кредитные взносы в течение трех месяцев, если он в свою очередь в период выплат ежемесячно будет предоставлять справки из службы занятости. Если компания осуществляла кредитные выплаты в течение трех месяцев подряд и после этого заемщик так и не нашел работу, и, соответственно, не смог вносить деньги по кредиту, то следующая серия выплат начнется только через год. До начала погашения кредита за счет страховой компании клиент должен иметь 12 месяцев непрерывного стажа, причем не обязательно на одном рабочем месте.

Продукт предусматривает временную франшизу продолжительностью в три месяца. В качестве канала продаж предполагается только банковский, и сейчас компания ведет переговоры с несколькими банками о запуске пилотных продаж в течение ближайших шести месяцев (в Москве и Новосибирске).

Комиссия за продажи страховок от потери работы, по мнению Богданова, должна быть небольшой, а комиссия за страхование жизни (вместе с которым и продается новый продукт) – стандартной для банковских каналов.

«Сначала продукт может показаться клиенту дорогим, но он будет ему понятен, – размышляет Василий Богданов. – Кроме того, плату за страховку можно включить в сумму кредита, тогда для заемщика она будет не столь болезненна».

Эксперт считает, что банки могли бы использовать страхование на случай потери работы как дополнительный аргумент в пользу получения кредитов. «Хотя сейчас это может казаться неактуальным, но кризис дает шанс клиентам переоценить ценности, а банкам – улучшить свои позиции на рынке», – подводит итог Василий Богданов.