

Рынок страхования жизни в России активно развивается. Об этом свидетельствуют не только солидные темпы роста, но и качественные изменения. О том, какой потенциал имеет страхование жизни, какие новые продукты компания выведет в следующем году и с какими результатами заканчивает 2015 год, в интервью «Интерфаксу» рассказал член Совета директоров «РРФ Страхования жизни» Штефан Ванчек.

– Расскажите, как обстоит сегодня ситуация на рынке страхования жизни в России?

– По данным Ассоциации страховщиков жизни, российский рынок страхования жизни по итогам 9 месяцев 2015 года вырос на 13,6%. При этом кредитное страхование, которое в течение 5 лет было драйвером, сейчас таковым не является. Если раньше этот вид занимал больше половины рынка, то по итогам первого полугодия 2015 года лишь 31%, что напрямую связано с уменьшением объемов потребкредитования. В этой связи накопительное и инвестиционное страхование жизни показывают серьезный прирост и имеют большой потенциал в будущем. Эти продукты позволяют людям создавать финансовый резерв на случай травм и болезней, сохранить капитал и улучшить благосостояние.

– Что заставляет людей менять приоритеты и как это отражается на вашем бизнесе и на благополучии самих людей?

– По оценке аналитиков, большая часть россиян уже использовала все свои накопления с начала кризиса, поэтому люди стремятся сохранить то, что имеют, выбирая качественную защиту. Сейчас, даже имея недвижимость и другие активы, нельзя быть уверенным в том, что это все можно быстро и выгодно продать, даже в случаях крайней необходимости, к которым можно отнести проблемы со здоровьем. А между тем, количество серьезных заболеваний и ДТП растет. К примеру, наша компания каждый час выплачивает клиентам 165000 рублей по рисковым программам, каждые десять часов делает выплату по смерти, каждую неделю делает выплату по инвалидности, каждые три дня делает выплату в результате диагностирования смертельно опасного заболевания. А это десятки тысяч семей в год, которым мы помогаем не остаться один на один с проблемой.

Тенденция переориентации людей на страхование жизни находит свое отражение в

цифрах рынка: за шесть месяцев этого года граждане потратили на страхование жизни на 14,6% больше, чем за то же время в прошлом году. При этом сумма, которую клиент платит при заключении договора, в расчете на одного жителя страны за последние 5 лет увеличилась в 7 раз: со 110 до 755 рублей. Тем не менее, эти показатели еще далеки от стандартов стран с долговременной и развитой системой страхования.

– В чем сегодня заключается роль государства на рынке страхования? В чем его регуляторика? Что показывает опыт других стран и можно ли его применить на российском поле?

– Государство видит большой потенциал и социальную значимость страхования как бизнеса, поэтому и стимулирует развитие отрасли введением налоговых льгот. Это, безусловно, поддержало рынок страхования жизни в этом году и дало ему дополнительный импульс для развития. Опыт других стран показывает, что стимулирующий налоговый режим является чрезвычайно важным драйвером для становления и ускоренного развития страхования жизни. Во всем мире он – один из стандартных инструментов формирования так называемых «длинных денег» для инвестирования в развитие экономики страны и, конечно, для поддержки финансового здоровья нации. Потенциал сегмента долгосрочного страхования жизни, по оценкам ВСС, в России составляет 2 трлн руб. долгосрочных инвестиций. Государство также продолжает усиливать контроль за рынком для повышения доверия населения к страховой отрасли. И мы поддерживаем регулятора в этом, поскольку считаем, что одним из основ здорового развития рынка является работа в честной и прозрачной среде.

– Куда движется рынок страхования? Каков ваш прогноз на следующий год?

– Осознание людьми важности и нужности страхования жизни и государственная поддержка отрасли дают все основания думать, что в 2016 году рынку удастся сохранить положительную динамику. Пока же перспективы роста рынка определить сложно, они будут зависеть от макроэкономических факторов, главный из которых – динамика реальных доходов населения.

– Каковы предварительные итоги работы вашей компании в этом году?

– Объем собранной премии в нашей компании по результатам 9 месяцев увеличился на 4,3%. Можно сказать, что существенную роль в развитии нашего бизнеса сыграло несколько факторов: это и желание людей иметь надежный финансовый резерв на непредвиденный случай, и активная экспансия компании в регионы, начатая в 2013 году и продолжающаяся до сих пор.

За 9 месяцев мы выплатили по более чем 8600 страховым случаям на общую сумму 400 млн рублей. Наибольшее число выплат пришлось на риски, связанные с последствиями травм, такие как «временная нетрудоспособность», «госпитализация» и другие. Значительно выросло число клиентов, у которых были диагностированы критические заболевания, отчасти поэтому наш основной фокус в следующем году сосредоточен на усилении защиты клиентов в случае непредвиденного. Но есть и примеры не столь удручающие: на втором месте находятся выплаты, или иначе сказать накопления, сформированные в результате окончания срока действия договора – таких в этом году у нас уже больше 1500.

– Каковы ваши планы по развитию компании и агентской сети? Какую долю на рынке планируете занять и каких результатов достичь?

– «PPF Страхование жизни» открыло более 80 агентств по всей России, 30 из них – в прошлом году. В компании работают около 4000 финансовых консультантов. В прошлом году она активно расширяла свое присутствие в регионах, поскольку агентская сеть – наилучший канал для продаж классического страхования жизни. Развитие агентской сети не единственное направление развития «PPF Страхования жизни», но одно из приоритетных. Компания инвестирует значительные средства в образование консультантов и их подготовку, поскольку только профессионал способен оценить индивидуальные потребности клиента и предложить ему оптимальные страховые продукты. При всей универсальности ассортимента страховых продуктов, компания исходит из того, что каждый клиент с его потребностями индивидуален. Помимо формирования страховой защиты, консультант, конечно же, сопровождает договоры, консультирует по сбору документов и всячески помогает в случае необходимости.

– Какие продукты планируете развивать?

– На протяжении многих лет наша компания страхует клиентов по программам накопительного, пенсионного, рискованого страхования жизни, страхования от несчастных

случаев и болезней. Мы и далее ориентируемся на развитие классического страхования жизни. Наши программы, нацеленные на долгосрочную защиту здоровья и благополучия близких, проверены временем и являются «золотым стандартом» страхования жизни, в том числе и для многих европейских страховых рынков. Именно эти программы являются для нас приоритетными и, несмотря на негативные тенденции в экономике, имеют стабильный спрос.

В новом году изменения в продуктовой линейке коснутся самого распространенного риска – «смертельно опасные заболевания». Отвечая на рост потребности в страховой защите, компания уже расширила перечень смертельно опасных заболеваний и состояний до 27 в продуктах «Премиум» и «Солнышко». В новом году расширение коснется и продукта «Гардиа». После проведения оценки рисков не только новые, но и существующие клиенты могут подключить себе риск уже на новых условиях. Раньше перечень смертельно опасных заболеваний ограничивался 7 состояниями. Мы также планируем доработать свои продукты и добавить в них риск «Инвалидность по любой причине».

Компания планирует совершенствовать свой клиентский сервис. Например, чтобы клиенты могли максимально просто и быстро получить налоговый вычет, в течение одного-двух дней будут готовиться справки об уплаченных клиентами взносах. Будет развиваться и сервис «Личный кабинет». Уже сейчас клиенты благодаря этому инструменту могут вносить взносы, получать выписки по платежам, контролировать статус своего договора и параметры страховой защиты, уточнять контактные данные и менять их, а также пролонгировать некоторые виды договоров.

Источник: [Интерфакс](#) , 30.11.15