



Корпоративное страхование больше других видов зависит от ситуации в экономике страны. В последние годы трудности заметны практически по всем направлениям бизнеса в России. Соответственно и компании усиленно работают над уменьшением расходов. Неудивительно, что под сокращение в числе первых попадают программы корпоративного страхования.

Как следует из определения Всероссийского союза страховщиков (ВСС), в сегменте корпоративного страхования после начала кризиса «происходит драматическое падение сборов».

По данным ВСС, в 2015 году взносы в этом виде страхования не росли, а выплаты увеличились на 35%. В 2016 году наблюдалась стабилизация этого рынка, а в I квартале 2017 года падение сборов составило 21,8%. Правда, заметно снизились и выплаты по сравнению с I кварталом 2016 года.

Очевидно, что существенно сократить расходы на страхование основных фондов или своей ответственности компании не могут. Другое дело – социальный пакет. Компания EY (бывшая Ernst&Young) провела исследование «Общеиндустриальный обзор заработных плат и компенсаций за 2017 год», в котором с мая 2016-го по апрель 2017 года опросила 208 российских и международных компаний, которые предоставили данные более чем по 700 предприятиям из промышленно развитых регионов России. Согласно этому исследованию добровольное медицинское страхование (ДМС) сотрудников есть в соцпакетах 93% опрошенных и страхование жизни – в соцпакетах 59%.

Работодатели экономят

А тот факт, что компании уменьшают затраты именно в этой части корпоративного страхования, подтверждается другим исследованием EY: «Исследование рынка коммерческой медицины за 2016 – первую половину 2017 года». В нем отмечено: «Более 40% респондентов отметили такие тенденции на рынке страховой медицины, как снижение затрат работодателей на программы ДМС, а также отказ некоторых компаний от страхования своих работников».

Вполне очевидно, что полный отказ от соцпакетов в виде ДМС-программ носит пока единичный характер. Ведь медицинская страховка, страхование жизни – это один из самых действенных инструментов мотивационной политики работодателя. Другое дело, что компании, которые не отказываются полностью от ДМС для сотрудников, стараются тем или иным способом все равно снизить стоимость пакета. Страховые компании идут на это, предлагая, в свою очередь, сокращение как объема услуг в рамках

ДМС-программ, так и франшизы, и софинансирование. Два последних варианта особенно актуальны, поскольку они, по мнению страховщиков, дисциплинируют застрахованных и мотивируют их обращаться в клиники только в случае, когда это реально необходимо.

Согласно названному исследованию ЕУ клиенты, полисы которых не содержат франшиз, намного чаще пользуются своей страховкой: «Это соответствует сложившейся в текущих экономических условиях тенденции, согласно которой физические лица придерживаются сберегательной модели потребления, а страховые пациенты стараются получить как можно больше услуг по программе медицинского обслуживания».

В результате активного поиска со стороны страховщиков способов заинтересовать корпоративных клиентов наметились позитивные сдвиги на том же рынке ДМС, большую часть которого формируют корпоративные страховки. Так, по данным ВСС, «в I квартале 2017 года страховщики собрали на 11% больше аналогичного периода 2016 года, при этом выплаты остались на прежнем уровне». Другими словами, варианты с франшизой и софинансированием работают именно так, как и надеялись страховые компании.

Растет страхование жизни

Однако по-настоящему серьезный рост замечен в инвестиционном страховании жизни.

«Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков за II квартал 2017 года» Банка России показывает, что произошел «максимальный за полтора года темп прироста страховых премий по страхованию жизни (71,7% за II квартал 2017 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года)». А по данным ВСС, в первом квартале 2017 года страхование жизни впервые за 12 лет вышло на первое место по объему премий (59,8 млрд руб.).

В Центробанке это связывают с «активизацией банковского канала продаж и ростом вовлеченности населения в программы инвестиционного страхования жизни на фоне снижения ставок по депозитам». Получается, что банки сами помогают страховщикам конкурировать с собой, продавая их продукты и удерживая низкие ставки по вкладам. И в этом кроется еще одно важное преимущество корпоративного страхования – оно дает страховщику доступ к огромной базе клиентов. При этом об этих клиентах известно все необходимое, для того чтобы продать им полис инвестиционного страхования жизни. А ведь именно это направление все в один голос прочат в лидеры рынка как минимум на ближайшие годы. Так, по мнению аналитиков НАФИ, страховщики в ближайшее время продолжат искать новые «точки роста», развивая инвестиционное страхование жизни.

Источник: Финансовая газета, 30.10.2017