

Редакция:

— Тогда проблемы банка может разделить и страховая компания, особенно, если обе структуры связаны акционерным капиталом? По каким критериям страховщики отбирают банки для открытия депозитов?

М. Наумова:

— В группе Fortis существует бизнес-риск



комитет, ответственный за инвестиционную стратегию. Соответственно, он определяет перечень банков, с которыми мы можем сотрудничать в Украине. Все они должны отвечать жестким критериям надежности, применяемым в группе Fortis. И я должна отметить, что все выбранные нами банки вовремя проводят платежи и возвращают депозиты.

Редакция:

— Если не секрет, какими депозитами пользуются компании по страхованию жизни?

А. Козлов:

— Мы размещаем средства максимум на неделю. Для каждого банка в зависимости от его рейтинга определяется лимит по размеру депозитов, которые может разместить наша компания.

Редакция:

— То есть депозиты на год или на два сейчас неприемлемы? Хорошо, а какой самый высокий процент по размещенным вами депозитам?

О. Голеншина:

— На данный момент — 21% годовых в гривне.

Редакция:

— На какой в среднем инвестиционный доход могут рассчитывать ваши клиенты по итогам 2009 года?

Т. Андрощук:

— Доходность будет соответствовать депозитной ставке консервативного банка.



НАДЕЖНОСТЬ КОМПАНИЙ ПО СТРАХОВАНИЮ ЖИЗНИ

Редакция:

— Как потенциальный клиент может оценить надежность компании по страхованию жизни?

Г. Третьякова:

— Сектор страхования жизни в сегодняшних реалиях наиболее финансово устойчив. Об этом свидетельствует инвестдоход, который был начислен в прошлом году, — компании по страхованию жизни не только сохранили средства клиентов, но и их приумножили. Об этом говорит и небольшое

число жалоб клиентов, поступивших в Госфинуслуг. Кроме того, этот сектор страхования хорошо капитализирован. А самый весомый аргумент в пользу надежности компаний по страхованию жизни — они оперируют длинными деньгами, тогда как кризисы долго не длятся.

Редакция:

— Можно ли при выборе страховой компании довериться финансовым посредникам?

Г. Третьякова:

— Существует два вида посредников. Первый — страховой агент, представляющий интересы компании, второй — страховой брокер, защищающий

Но этот личный контакт обойдется недешево для компаний. Еще 15-20 лет продажи полисов страхования жизни будут осуществляться на личных контактах.

О. Кондакова:

— Не спроста на Западе существует практика сертификации финансовых посредников. Страховые полисы продают люди со специальным образованием и прошедшие обучение в самих компаниях. У нас таких специалистов нет, и в этом большой минус.

Г. Третьякова:

— Не совсем так, потому что у нас страховые брокеры должны получить сертификат. В тоже время уже не первый год некоторые крупные страховые компании тормозят введение сертификации страховых агентов. Я надеюсь, что новый закон «О страховании» лишит их такой возможности. Сегодня агент — представитель компании, и она должна создать институт его сертификации.



клиента. Необходимо понимать, что у финансовых посредников разная мотивация поведения. Именно поэтому в европейских странах они обязаны называть размер комиссионных.

В. Генин:

— Преимущества сотрудничества клиента со страховым посредником в том, что он получает двойную услугу, причем за одни и те же деньги. С одной стороны, ему предоставляется необходимая консультация, с другой — посредник выступит представителем его интересов в страховой компании.

О. Кондакова:

— Мы напрямую заинтересованы в том, чтобы агенты были грамотно обучены, сертифицированы. Как правило, у компаний есть два основных канала продаж — МЛМ-посредники

и прямые агентские сети. И если на квалификацию прямых агентов компания может влиять, например, проводить мини-экзамены (прямые агенты СК «ТАС» проходят ежеквартальную сертификацию), то на MLM-посредников повлиять напрямую компании не способны, поскольку это независимые структуры.

В то же время у сотрудников с грамотными, сертифицированными посредниками множество положительных сторон. Ведь основная проблема у всех компаний по страхованию жизни — разрыв договоров, а причиной значительной части разрывов является некачественная продажа.

В. Генин:

— Скорее из-за некачественного обслуживания. Первая покупка на 90% спонтанная, эмоциональная. Но на фоне огромно-



го количества случайных продаж есть и осознанное приобретение полисов. Согласен, что непрофессиональные продавцы подрывают доверие к рынку. Но, с другой стороны, если клиент отказался вносить второй ежегодный платеж по полису страхования жизни, то компания остается в хорошем выигрыше. Ведь первая сумма остается у

страховщика, поскольку в течение первых 2-4 лет компания ничего не возвращает клиенту — выкупная сумма равна нулю.

Редакция:

— Вот если бы страховщики в случае разрыва договора отдавали клиентам внесенные ими средства, пускай с удержанием небольшой пени, то желающих купить полис было бы значительно больше. Может, лучше отменить ограничения по выкупной сумме?

А. Козлов:

— Как показывает практика, подобные ограничения — хороший стиму-



лирующий фактор. Клиент теряет тогда, когда поддается эмоциям. Совершенно по-другому он принимает решения, когда подписан договор страхования, защищающий внесенные средства. К тому же это дисциплинирует своевременное внесение платежей: заплатив раз, второй, третий, пятый, человек привыкает вовремя оплачивать услуги. К тому же следует учитывать, что продукт страхования жизни убыточен для компании первые четыре года.

О. Голенишина:

— У нас есть ряд договоров, по которым выкупная сумма составляет 95%. Продажи таких полисов

идут несколько лет, но финансовый кризис не спровоцировал отток денег. Разрывы договоров случаются, но крайне редко. Ведь тот, кто покупал долгосрочные программы, понимает, что это длинное вложение. Кроме того, он знает, что получит свои деньги согласно договору. Поэтому возможность забрать деньги в любой момент — не панацея от недоверия к страховщикам и относительно низкого спроса на страхование жизни.

Редакция:

— Предположим, что речь идет об осо-



что оплата страхования жизни осуществляется по остаточному принципу.

Страхование жизни нельзя позиционировать как доход. Это просто способ немножко сохранить, до 10% бюджета. Вот попробуйте расписать свои траты за прошлый месяц. Гарантирую, что не вспомните, на что были потрачены 10-25% средств.

Свой первый полис я покупал из расчета получать вдвое больше, чем мне заплатит государство. Тогда минимальная пенсия была 515 грн., а я хотел получать еще 1 тыс. грн. в месяц. Вот, исходя из этого, и рассчитали страховую сумму в 100 тыс. грн. Примечательно, что еще ни один клиент мне не сказал, что ему на возраст нужно меньше, чем полмиллиона гривен. Такая накопленная страховая сумма позволит клиенту долгосрочно, надежно получать пассивный доход в 5 тыс. грн. ежемесячно. Но для этого нужно что-то предпринять уже сегодня.

званной покупке полиса. Может ли Виктор Генин, как страховой брокер, назвать компанию, в надежности которой он уверен?

В. Генин:

— Сначала нужно выяснить, зачем полис нужен клиенту, какие у него ожидания от приобретения, какие задачи он хочет решить. Ведь страховка позволяет получить финансовую компенсацию, связанную с конкретным страховым случаем. Сейчас единственное препятствие развитию страхования жизни в нашей стране — уровень финансовой культуры граждан. Если в странах, где лайфтовая страховка существует очень давно, на первом месте у каждого человека стоит уплата

