

# Подготовка специалистов по страхованию жизни

Рынок страхования жизни испытывает серьезный кадровый голод. Проблема усугубляется нехваткой, как учебных пособий, так и учебных курсов, предназначенных для повышения квалификации специалистов компаний по страхованию жизни.

## I. Страхование жизни в России

Страхование жизни в России прошло несколько этапов.

1. **Дореволюционный.** Этап цивилизованного развития страхования жизни в дореволюционной России был прерван в 1917 году.

2. **Советский.** Объемы страхования были достаточно существенными, но само страхование жизни - относительно примитивным. В основном оно сводилось к накоплению некоторой, как правило, небольшой (300, 500, 1000 руб.) суммы к совершеннолетию детей или на крупную покупку – цветной телевизор, дача, первый взнос за кооперативную квартиру и т.д. Основным достоинством страхования жизни как средства накопления являлась возможность ежемесячно откладывать небольших суммы денег, которые, в отличие от денег «под подушкой», нельзя растратить. Отсутствовало рисковое, не предусматривающее выплат по дожитию, страхование на случай смерти, групповое страхование сотрудников предприятий, кредитное страхование жизни, страхование пенсии по инвалидности и т.д. В отсутствие инфляции и конкуренции не возникало потребности в разработке современных страховых продуктов.

3. **Постсоветский** этап развития страхования жизни относительно короток – менее 17 лет, но богат событиями.

В начале девяностых годов высокая инфляция сделала существующее страхование жизни бессмысленным для действующих и/или потенциальных клиентов, и реальное страхование жизни практически прекратилось. Вместо него стали широко практиковаться разнообразные схемы «оптимизации налогообложения»; имели место также краткосрочные инвестиционные схемы.

Параллельно, на освободившемся Российском рынке начали нелегально работать зарубежные страховые компании, предлагавшие долларовые страховые продукты. В 1995–1996 году российские страховые компании тоже начали предлагать номинированные в долларах США страховые продукты, и рынок реального индивидуального страхования жизни начал оживать. Начал формироваться и рынок реального группового страхования жизни, предусматривающего выплаты на случай смерти застрахованного, а также групповые пенсионные схемы. Страховые резервы по страхованию жизни инвестировались в ГКО, которые давали высокий инвестиционный доход в твердой валюте.

После дефолта 1998 года резко ухудшилась инвестиционная ситуация в стране, что привело к постепенному отказу, страховых компаний от продажи номинированных в валюте полисов долгосрочного страхования жизни. Начался новый, современный этап развития страхования жизни, для которого характерно

использование страховых продуктов, приспособленных для работы в инфляционной среде<sup>1</sup>.

Растет интерес к развитию новых современных видов страхования жизни. В частности, ведется работа по паевому страхованию жизни. В рамках Ассоциации европейского бизнеса подготовлены необходимые для его внедрения проекты изменений Налогового кодекса РФ, Федерального Закона «Об организации страхового дела в Российской Федерации», Правил размещения страховщиками средств страховых резервов и Положения о порядке расчета страховщиками нормативного соотношения активов и принятых ими страховых обязательств. Подготовленные проекты были представлены в Минфин РФ и ФССН. В настоящее время дальнейшая работа по внедрению паевого страхования жизни ведется в рамках ВСС.

## **II. Кадровый голод**

Страхование жизни – один из наиболее сложных видов страхования:

- долгосрочность<sup>2</sup> договоров страхования жизни приводит к неопределенности в отношении будущих значений смертности и издержек страховой компании;
- высокий уровень инфляции требует принятия мер, препятствующих обесцениванию страхового обеспечения, например, начисление дополнительного инвестиционного дохода (страховых бонусов) и индексации. В результате, возникает неопределенность в отношении размера будущих страховых выплат;
- в страховании больше всего заинтересованы лица с плохим уровнем здоровья и/или плохой наследственностью, в результате чего возникает селекция против страховой компании или антиселекция. Чтобы адекватно оценить уровень риска, представляемый потенциальным клиентом, требуются достаточно сложные процедуры андеррайтинга. Чем тщательнее проводимый страховой компанией андеррайтинг, тем ниже уровень смертности и/или заболеваемости застрахованных лиц, но, с другой стороны, выше затраты на андеррайтинг;
- андеррайтинг, антиселекция и классовая селекция (страхование покупают более зажиточные слои населения) приводят к тому, что страховая смертность, т.е. смертность застрахованных лиц<sup>3</sup> существенно отличается от общей (популяционной) смертности. Эта проблема особенно существенна при страховании пожизненных пенсий (аннуитетов);
- в развитых странах мира уровень смертности постепенно снижается. В отличие от них, в Российской Федерации такая тенденция пока не установилась. Самый высокий за последние 50 лет уровень смертности имел место в 1994 году, самый низкий – в 1997-98 годах<sup>4</sup>;

---

<sup>1</sup> См. например, статью А.Л. Лельчук. Страхование жизни в инфляционной среде. / Финансы, 2005.

<sup>2</sup> Существуют, разумеется, и краткосрочные договора страхования жизни.

<sup>3</sup> См. статью А.Л. Лельчук Смертность пенсионеров. / Пенсионные фонды и инвестиции, 2004

<sup>4</sup> Данные о смертности и продолжительности жизни в России и других странах см. в статье А. Лельчук. Туман над будущим. / Русский полис, №3, 2008, стр. 52-55.

- долгосрочное накопительное страхование жизни позволяет страховым компаниям аккумулировать огромные денежные средства; в 2006 году активы американских компаний по страхованию жизни превысили 19 триллионов долларов<sup>5</sup>. Поэтому компании по страхованию жизни являются крупными институциональными инвесторами и, наряду с пенсионными фондами, наиболее активными игроками на рынке долгосрочных инвестиций. Известно, что чем выше *ожидаемая* доходность инвестиций, тем выше колебания фактических результатов (волатильность). Поэтому компаниям необходимо найти баланс между противоречивыми целями:
  - обеспечением выполнения гарантированных обязательств; инвестиции должны обеспечить доходность, превышающую гарантированный уровень.
  - максимизацией доходности.
- сложные и многообразные задачи стоят перед актуарными подразделениями компаний по страхованию жизни – расчет тарифов, резервов, начисление дополнительного инвестиционного дохода, тестирование прибыльности страховых продуктов, моделирование будущего бизнеса компании по страхованию жизни, расчет стоимости существующего бизнеса (embedded value) и т.д.;
- очень серьезные проблемы могут возникнуть вследствие недооценки страховыми компаниями расходов на их собственную деятельность. На основании опыта консалтинговой деятельности автор имеет все основания утверждать, что ряд страховых компаний, вследствие малого уровня нагрузки на собственные (сверх комиссионного вознаграждения) издержки, продает убыточное долгосрочное страхование жизни.

В советской практике большинство вышеуказанных проблем было неактуально. Единственная страховая компания «Росгосстрах» предлагала небольшой набор достаточно простых продуктов страхования жизни. Монопольное положение «Росгосстраха» на рынке страхования жизни избавляло его от риска антиселекции, так что андеррайтинг был неактуален. Низкие страховые суммы и монопольное положение избавляло от потребности в перестраховании и т.д. В результате, знания, необходимые для работы на советском рынке страхования жизни, разительно отличались от знаний, необходимых для работы на более развитых рынках страхования жизни. В результате возникла необходимость подготовки большого количества специалистов по страхованию жизни. Решать эту проблему приходится в условиях отсутствия дефицита как учебников по страхованию жизни, так и преподавателей.

Компании с зарубежным участием частично решают эту проблему за счет своих иностранных специалистов и/или подготовки сотрудников в зарубежных учебных центрах, в основном в форме заочного обучения. В частности, ряд российских специалистов получил необходимую квалификацию, занимаясь по американской программе в ассоциации LOMA<sup>6</sup>. Однако такое обучение требует, как минимум, хорошего владения английским языком. Кроме того, следует отметить, что

---

<sup>5</sup> ACLI, 2007 Life insurance Fact Book. См. сайт [www.acli.com](http://www.acli.com).

<sup>6</sup> Life Office Management Association, Inc. (Ассоциация управления в страховании жизни).

страхование жизни в разных странах существенно различается, что отражается и на курсах по подготовке страховщиков, и на учебниках по страхованию жизни<sup>7</sup>. Например, в европейских странах основным продуктом долгосрочного накопительного страхования жизни является смешанное страхование, тогда как в США – пожизненное страхование; смешанное страхование жизни в США практически отсутствует. В разных странах существенно отличаются методы начисления бонусов и индексации; налогообложение очень сильно влияет на продаваемые в стране страховые продукты и т.д.

### **III. Знания, которые нужны всем**

В страховании жизни существует много специализаций: администрирование полисов, андеррайтинг, урегулирование убытков, маркетинг, перестрахование, информационные технологии и т.д. Каждому специалисту в первую очередь нужны знания, позволяющие эффективно выполнять его ежедневные обязанности. В то же время существуют общие базовые знания, необходимые всем специалистам по страхованию жизни; к ним относятся:

- сведения о страховых продуктах, как уже продаваемых на российском рынке, так и тех, которые могут появиться в будущем:
  - страхование на случай смерти
  - накопительное страхование жизни
  - страхование аннуитетов
  - страхование от несчастных случаев и болезней
  - универсальное страхование жизни
  - паевое страхование жизни
  - групповое страхование жизни и др.
- страхование жизни в инфляционной среде – бонусы и индексация;
- риски и неопределенности, связанные со смертностью/долголетием, инвестициями, издержками, расторжением договоров;
- управление рисками страховой компании: андеррайтинг, перестрахование, согласование активов и обязательств, участие страхователя в прибыли страховщика, дизайн страхового продукта;
- общее представление об актуарных расчетах: таблицы смертности, тарифы, резервы, тестирование прибыльности;
- общие сведения об инвестициях, андеррайтинге и перестраховании;
- общее представление о финансовых результатах страховой компании.

Действительно ли *всем* специалистам по страхованию жизни нужны знания по *всем* указанным выше вопросам? Для примера рассмотрим, зачем маркетологу иметь представление об актуарных расчетах?

---

<sup>7</sup> В этом подготовка специалистов по страхованию жизни существенно отличается от подготовки актуариев, которая гораздо меньше зависит от специфики конкретной страны. См. статью А. Лельчук. Образовательная программа Гильдии актуариев. // Актуарий №1, 2008, стр. 76-78.

Понимание основных идей актуарных расчетов помогает лучше понять страховой продукт. Для хорошего понимания страхового продукта по страхованию жизни нужно знать: из чего складывается страховой взнос; за счет чего возникает прибыль, и как за счет этой прибыли начисляются бонусы; как работает индексация и т.д. Не только маркетологи, но и ведущие агенты, как правило, хотят иметь представление об актуарных расчетах, если актуарий может объяснить основные идеи простым и доступным языком. Отметим, что последнее вполне возможно; для понимания *базовых* идей достаточно знания школьного курса математики.

Маркетолог отвечает за сбыт; оценка результатов его работы и заработок определяются объемами продаж. Поэтому он заинтересован в минимальных тарифах и, *одновременно*, максимальных размерах агентского вознаграждения. Понимая процесс тарификации, маркетолог сможет более осмысленно, на одном языке, обсуждать свои проблемы с другими специалистами компании, в том числе, с актуариями, как при разработке новых продуктов, так и при совершенствовании действующих.