

Profi for profi СТРАХОВАНИЕ в БЕЛАРУСИ

май '2020

B e l a r u s I n s u r a n c e J o u r n a l



Банкострахование: белорусские реалии

стр. 17

**Выверенные решения для
сложных ситуаций**

Интервью с
генеральным директором
БРУПЭИС «Белэксимгарант»
Геннадием Мицкевичем

02

"Не боги горшки обжигают..."

Директор ООО «СтрахЭкспертГрупп»
Андрей Данильчик

05

**Перестраиваясь на
ходу**

Интервью с директором
филиала «Белгосстраха» по
Гродненской области
Сергеем Казукевичем

12

ISSN 2304-1293



Белгосстрах предлагает:

ДОБРОВОЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ВЕЛОСИПЕДИСТОВ

*Любите
кататься
на велосипеде?*

Комплексное страхование включает:

СТРАХОВАНИЕ ВЕЛОСИПЕДОВ
НА СЛУЧАЙ ИХ ХИЩЕНИЯ

СТРАХОВАНИЕ ЛИЦ, УПРАВЛЯЮЩИХ
ВЕЛОСИПЕДОМ, ОТ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ

СТРАХОВАНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
ВЕЛОСИПЕДИСТА

Размер годового взноса зависит от
стоимости велосипеда и составляет
в среднем 10% от стоимости
транспортного средства.

Пора страховаться!

На страхование принимаются городские,
шоссейные, туристические, горные,
подростковые и другие велосипеды (за
исключением детских), электрические
велосипеды и электрические самокаты.

7557 по тарифам
операторов

www.bgs.by



БЕЛГОССТРАХ

УНП 100122726. Белорусское республиканское унитарное страховое предприятие «Белгосстрах»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

В.И. Тарасов, д-р экон. наук,
профессор, зав. кафедрой
корпоративных финансов
экон. факультета БГУ

М.А. Зайцева, канд. экон.
наук, доцент кафедры
финансов БГЭУ

А.П. Авсейко,
генеральный директор
Белорусского бюро по
транспортному страхованию

И.В. Мерзлякова,
генеральный директор
Белорусской ассоциации
страховщиков

А.Т. Унтон,
генеральный директор
РУП «Белорусская
национальная
перестраховочная
организация»

Г.А. Мицкевич,
генеральный директор
БРУПЭИС «Белэксимгарант»

А.Н. Федорако,
начальник финансово-
экономического управления
БРУСП «Белгосстрах»

В. А. Ефременко,
генеральный директор
ЗАСО «Промтрансинвест»

В.А. Лаврусенко,
генеральный директор
ЗАО «Страховая Компания
"Белросстрах"»

В.С. Новик,
генеральный директор
СБА ЗАСО «Купала»

А.Н. Чайчиц,
генеральный директор
ЗАСО «Белнефестрах»

Подписной индекс: для ведомственной подписки 006792
для индивидуальной подписки 00679

СТРАХОВАНИЕ в БЕЛАРУСИ

№ 05 (210) май 2020

Содержание

Выверенные решения для сложных ситуаций	02
Не боги горшки обжигают...	05
Креатив как ремесло	08
Перестраиваясь на ходу	12
Краткие итоги деятельности страховых организаций Республики Беларусь за I квартал 2020 года	14
Банкострахование: белорусские реалии	17
Сведения о страховых взносах по договорам страхования, оформленным страховыми брокерами	29

Производственно-практический журнал «Страхование в Беларуси».
Журнал зарегистрирован Министерством информации Республики Беларусь
13.11.2009 в Государственном реестре средств массовой информации за №774.
Учредитель и издатель: © Белорусская ассоциация страховщиков
220005, г. Минск, ул. Пугачевская, 6, офис 502. Тел./факс: +375 17 377-38-26.
E-mail: info@belasin.by www.belasin.by
Редактор: Ирина Мерзлякова

Выверенные решения для сложных ситуаций



Геннадий Мицкевич,
генеральный директор
БРУПЭИС «Белэксимгарант»

Геннадий Антонович, ситуация с пандемией коронавируса влияет на развитие мировой экономики. Основным показателем развития ВВП в первом квартале 2020 года в Европейском союзе снизился на 3,5 %, в США – на 4,8 %. «Белэксимгарант» ощущает это в своей деятельности?

Я думаю, всю сложность экономической ситуации ощущает не только наша компания. В условиях, когда государства ограничивают контакты граждан, их передвижение, когда компании и предприниматели думают о защите своих работников и несут в связи с этим финансовые расходы, деловая активность не является первоочередным фактором. Такую тенденцию показывает и анализ поступления страховых взносов за пер-

23 мая 2020 БРУПЭИС «Белэксимгарант» исполнилось 19 лет со дня образования. О том, как работает компания – страховщик экспортных рисков в непростой мировой экономической ситуации, – в интервью с генеральным директором **Геннадием Мицкевичем**.

вый квартал 2020 года. Так, в сравнении с прошлым периодом несколько снизились объемы по следующим видам страхования:

- договорам страхования «Зеленая карта» (84,3 %);
- договорам пограничного страхования для транспортных средств, зарегистрированных за границей (90,3 %);
- по договорам обязательного медицинского страхования иностранных граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих или временно проживающих в Республике Беларусь (95,2 %).

Начало 2020 года, несомненно, отразится на результатах финансово-хозяйственной деятельности юридических лиц и индивидуальных предпринимателей по итогам года. А каким образом характеризуется работа «Белэксимгаранта» в 2019 году?

Важно отметить, что «Белэксимгарант» соблюдает параметры безубыточной работы. По итогам 2019 года объемы прибыли до налогообложения (это 17,1 млн рублей) и чистой (11,4 млн рублей) показали второй результат компании на страховом рынке страны по этим параметрам. При этом показатели рентабельности страховой и финансово-хозяйственной деятельности составили 18,4 % и 10,8 % соответственно. Объем

страховых взносов хоть и не достиг прогнозного показателя бизнес-плана компании, тем не менее, превысил прошлогодний уровень (темп роста – 103,8 %), что говорит о развитии компании. На страховом рынке мы заняли 5 место по объему страховых премий, как и в 2018 году, доля рынка составляет 6,39 %.

Сохраняется положительная тенденция в росте доли добровольного страхования, в 2019 году она составила 75 % (в 2018 была 73 %). В 2019 году компания продолжила развитие добровольного страхования медицинских расходов, рост к 2018 году составил 105,3 %. Это один из наиболее быстро развивающихся видов страхования.

Поскольку основная цель нашей компании – поддержка экспортной деятельности страны, самое пристальное внимание обращено этому направлению – добровольному страхованию экспортных рисков. В 2019 году объем принятой страховой ответственности по страхованию экспортных рисков составил 617,2 млн долларов США. Доля покрытия экспорта страхованием составила 1,9 % (в 2018 году – 2,3 %). Несмотря на уменьшение объема страхового покрытия в 2019 году с 764,7 до 617,2 млн долларов США, этот объем в сравнении с предыдущим пятилетним периодом можно характеризовать как значительный. Работая в правовом поле 534 Указа Президента Республики Беларусь в связке с Банком развития по экспортным кредитам, по факторингу с иными банками наша

инициатива и активность объективно взаимосвязаны с общими усилиями предприятий, Банка развития, банков и нас в этом виде страхования.

С удовлетворением хочу отметить, что в первом квартале текущего года темп роста по этому виду страхования составил 152 % (в сравнении с аналогичным периодом 2019 года), объем принятой ответственности увеличился на 132,5 %, доля покрытия экспорта страхованием составила 2,32 %.

Статистика Министерства финансов Республики Беларусь показывает, что «Белэксимгарант» на страховом рынке занимает 3 место по показателю чистой прибыли по итогам января-марта текущего года...

...и 2 место по прибыли до налогообложения. Не секрет, что положительный финансовый результат любого субъекта предпринимательской деятельности – это главный итог работы, который обеспечивает финансовую и социальную стабильность, является источником дальнейшего развития предприятия, пополнения его собственного капитала (в том числе уставного фонда).

Для «Белэксимгаранта» показатель прибыльной работы имеет более важное значение.

Первое. Размер собственного капитала, основным источником которого является прибыль, пропорционально связан с возможностью брать на страхование крупные инвестиционные проекты. Лимит ответственности на один договор страхования, установленный Министерством финансов Республики Беларусь, не должен превышать 20 % от размера такого вида капитала.

Второе. Республика Беларусь первой из стран постсоветского пространства создала экспортно-страховую компанию «Белэксимгарант», используя международный опыт деятельности экспортно-кредитных агентств (ЭКА). Белорусское государственное предприятие экспортно-импортного страхования «Белэксимгарант» сотрудничает более чем с 35 ЭКА мира, является полноправным

участником Международного союза страховщиков кредитов и инвестиций (Бернского союза). Сотрудничество осуществляется в целях укрепления андеррайтинговой политики, обеспечения перестраховочной защиты, совершенствования существующих и разработки новых страховых продуктов и развития экспортного страхования в целом. В ходе таких встреч «Белэксимгарант» поднимает вопросы поддержки и повышения позиции Республики Беларусь в классификации ОЭСР по группе политического риска. Это важный государственный вопрос, поскольку регулирует уровень стоимости привлекаемых для Беларуси инвестиционных ресурсов. Другими словами, «Белэксимгарант» является одним из инструментов государственной политики по улучшению инвестиционного имиджа.

Разумеется, такое сотрудничество требует публичности финансовой отчетности. 5 мая 2020 года международное агентство «Fitch Ratings» подтвердило рейтинг финансовой устойчивости страховщика (РФУ) Белорусского республиканского унитарного предприятия экспортно-импортного страхования «Белэксимгарант» на уровне «В». Прогноз по рейтингу – «Стабильный».

Если бы мы занимались только одним видом страхования – страхованием экспортных рисков с поддержкой государства, – наши финансовые результаты были бы более скромными. Страхование экспортных рисков – высокорисковый вид страхования, и с точки зрения возможных политико-экономических событий в странах-импортерах белорусской продукции и услуг, и с точки зрения последующей работы с зарубежными контрагентами-должниками в порядке суброгации (то есть возврата валютной выручки). Именно поэтому законодатель наделил нас правом заниматься и иными видами страхования, доходы от которых, по сути, являются залогом нашей финансовой устойчивости, а также возможностью самостоятельно осуществлять страховые выплаты без использования бюджетных средств. В бюджете Республики Беларусь на 2020 год зарезервирован объем бюджетных ссуд в объеме 2 млрд рублей на возвратной основе для случаев, когда мы не сможем самостоятельно осуществить

выплаты. Пока таких случаев не было, и мы будем стараться не «напрягать» бюджет.

Следует отметить, что «Белэксимгарант» ведет деятельность в направлении увеличения доли страхования экспортных рисков с поддержкой государства, осуществляет разработку новых инструментов такого страхования, в том числе и без средств государственного бюджета, как поручал Министр финансов Республики Беларусь. К слову, в первом квартале 2020 года доля страхования экспортных рисков с поддержкой государства увеличилась в объеме всех страховых взносов и в объеме добровольного страхования.

Какие действия предпринимает Бернский союз в условиях пандемии коронавируса?

В текущей ситуации основная роль Бернского союза заключается в содействии обмену знаниями и сотрудничеству между ЭКА. Главная цель – мониторинг и обмен разрабатываемыми механизмами поддержки экспортной деятельности в конкретных странах. Также Бернский союз находится в постоянном контакте с рядом иных международных структур, таких как Европейская комиссия, Банковская комиссия Международной Торговой палаты, другими.

Члены Бернского союза ввели ряд конкретных мер по борьбе с влиянием негативных экономических последствий для экспортеров и их финансов. Меры, в основном, направлены на снижение давления на экспортеров (страхователей) через следующие инструменты:

- ослабление некоторых административных обязательств;
- предоставление дополнительного времени для уведомления о задержке платежей со стороны импортеров;
- предоставление более длительных сроков оплаты для импортеров;
- гибкость оплаты страховой премии в некоторых случаях.

ЭКА поддерживают страхователей, используя следующие меры:

- ускорение процесса согласования и продление срока действия предложений;
- увеличение срока для уведомления о страховом случае;
- специальные подходы при урегулировании убытков;
- скидки и смягчения по премиям и различным платежам.

Некоторые ЭКА предлагают портфельные гарантии банкам в качестве обеспечения, а другие предоставляяют покрытие по уже существующим

кредитам, чтобы снизить риски банков.

Следует отметить, что Евразийский межправительственный совет в целях сохранения макроэкономической стабильности, поддержания взаимной торговли на территории ЕАЭС 10 апреля 2020 года принял распоряжение № 6, которым утвердил ряд мер, одной из которых является увеличение объемов экспортных кредитов и предоставления гарантий по страхованию таких кредитов.

Несомненно, в такие периоды экономического развития будут востребо-

ваны все существующие институты и механизмы поддержки международной торговли.

Спасибо за интервью, Геннадий Антонович! 23 мая «Белэксимгарант» отметил 19-летие! Желаем Вам и коллективу новых высот, новых проектов, процветания!

Спасибо! ■

Белорусское унитарное предприятие экспортно-импортного страхования «Белэксимгарант»
УНП 101421509
Специальное разрешение (лицензия)
Министерства финансов РБ №02200/13-00049

Беларусь & Мир

«Белэксимгарант» увеличил уставный фонд

Уставный фонд Белорусского республиканского унитарного предприятия экспортно-импортного страхования «Белэксимгарант» увеличен на 5 млн рублей за счет чистой прибыли, полученной по результатам работы за 2019 год.

Уставный фонд «Белэксимгаранта» в сумме 445 млн рублей зарегистрирован Приказом Министерства финансов Республики Беларусь от 4 мая 2020 года.

5 мая 2020 международное агентство «*Fitch Ratings*» подтвердило рейтинг финансовой устойчивости страховщика (РФУ) Белорусского республиканского унитарного предприятия экспортно-импортного страхования «Белэксимгарант» на уровне «В». Прогноз по рейтингу – «Стабильный». Пересмотр рейтинга основан на текущей оценке «*Fitch Ratings*» влияния пандемии коронавируса, включая ее воздействие на экономику. Рейтинг отражает 100-процентную государственную собственность, системную роль «Белэксимгаранта» как экспортного кредитного агентства в Беларуси и наличие гарантий по обязательному и экспортному страхованию.

«Белэксимгарант» принял участие в онлайн-конференциях Бернского союза

13-14 мая 2020 года Бернский союз провел серию онлайн-конференций, открыв новую главу в уже широком спектре мероприятий. В связи с пандемией COVID-19 большинство членов Союза были мотивированы продолжить совместную кооперацию посредством онлайн-контента, который со временем станет неотъемлемой частью деятельности организации.

В конференциях приняло участие более 150 представителей мировых ЭКА и финансирующих институтов. Докладчиками выступили полномочные представители и руководители компаний и корпораций: «*Paris Club*» (Парижский клуб), «*Oxford Analytica*», CESCE (Испания), «*Coface*» (Франция), мультинациональные корпорации «*ATI*» и «*SMBC*», «*Clyde & Co*» (Международная юридическая корпорация), «*CHUBB*» (Корпорация страхования политических и кредитных рисков).

Основные доклады были на тему «Перспективы глобальной экономики в период и после пандемии COVID-19». Участники поднимали вопросы глобальных экономических вызовов в экономике, последствий форс-мажорных обстоятельств для торговых соглашений, изменений в процессах взыскания задолженности в различных юрисдикциях. Представители ЭКА обсудили, каким образом ограничительные меры правительств в связи с COVID-19 повлияли на многие ведущие экономики, цены на сырьевые товары и мировую торговлю в целом.

Не боги горшки обжигают...

Жизнь — цепь, а мелочи в ней — звенья.

Нельзя звену не придавать значения.



Андрей Данильчик,
директор ООО «СтрахЭкспертГрупп»

Сначала вспомним изменения в законодательство образца 2019 года и начнем с более мелких, но не менее важных моментов.

Прием наличных взносов страховыми брокерами — решение проблемы и сам процесс проработки этого вопроса стали приятным открытием в работе с регулятором. Все прошло оперативно и с глубоким пониманием сути вопроса, как говорил известный персонаж, «без шума и пыли...». А это, между прочим, два серьезных документа: Постановление Минфина № 65 от 16.11.2019 г. и Постановление СМ РБ и НБ РБ № 924/16 от 06.07.2011 г.

Ассистенты страхового брокера — о «мертвых», как говорится, или хорошо, или ничего. С положительной стороны «детище» давних битв и эмоций можно отметить пока в одном — создана правовая конструкция, которую можно использовать в будущем, например, при возможной транс-

В предыдущих номерах журнала вышли очень содержательные и с остринкой статьи уважаемых руководителей одних из старейших компаний страны. А если вспомнить достаточно откровенное интервью заместителя Министра финансов и развернутый анализ ББТС в февральском номере, то и добавить что-то существенное по ситуации на страховом рынке вряд ли получится. И все-таки попробую, сделав акцент на посреднической деятельности в целом и брокерской в частности.

формации брокерской деятельности «в статусе юрлица» в деятельность сертифицированных специалистов «в структуре юрлица».

Работа с «государственными клиентами» — для нашей компании тема несущественна, но и неприятна, как и вся многолетняя практика по разделению на «своих» и «чужих», как будто в разных государствах живем и по разной земле ходим. Возможность работы с «госадами» за их счет интересно, но пока нежизнеспособно. В существующих реалиях единицы осмелятся работать с «посредником», даже если это принесет выгоду предприятию. Например, у нас было пять небольших договоров: в двух случаях — имущество (отделка с мебелью и два недорогих станка), в двух — каско (по 1-2 машины и профответственность). Все клиенты давние, с одним работаем с 2008 года. Всем предложили договоры на оказание брокерских услуг с минимальным вознаграждением, объяснили ситуацию. В ответ невнятное молчание или отказ, и только в одном случае состоялся договор. Клиентов пока не бросили (не в наших правилах) — сопровождаем, но уже бесплатно для компании.

Вопрос свободы ведения бизнеса. Ведь «госы» такие же клиенты, как и остальные, с похожими запросами в части страхования. И если условный «МАЗ» может себе позволить организовать страховую защиту и разобраться в правилах нескольких компаний,

то для более мелких государственных организаций и предприятий это сложно, но и платить брокеру они не готовы в силу известных причин.

А сколько из-за этого вхолостую тратится времени на переговоры и изучение риска. Ведь не будешь же начинать беседу с уточнения формы собственности. Бывают случаи, когда о «доле государства» узнаешь лишь на стадии обмена первичными документами. У нас был клиент, который даже письмо писал о том, что он «свободен», пока мы ему его же устав не разъяснили.

А есть еще вынужденная работа по обязательным видам страхования. Здесь ОСГО, «въезжающие иностранцы», «опасные объекты» и т. п. Клиенты звонят, обращаются через сайт — всем стараемся помочь, относим эти «издержки» на косвенную рекламу и работу по повышению финансовой грамотности.

При сохранении текущих политических веяний предлагаю изменить часть вторую пункта 1.1. Указа № 530 и распространить ее действие только на юрлиц, в которых государство обладает более 50 % уставного фонда. Считаю, что такое решение немного сгладит ситуацию, устранив неопределенность текущей формулировки и восстановит права иных собственников компаний с госкапиталом, которые могут иметь иной взгляд на выбор поставщика страховых услуг.

Запрет внештатным агентам на работу с юрлицами – может, регулятор и хотел, как лучше, направляя юридических лиц к профучастникам рынка – страховщикам и брокерам, а также желая повысить уровень обслуживания и предложения, но на практике идея не сработала, и все знают, как она решилась. На мой взгляд, решение в этом направлении могло быть гибче.

Расширение перечня агентов – юридических лиц, которые могут работать без включения в реестр – считаю, что такое решение уводит в сторону от согласованного регулятором курса на приоритет профессиональных страховых посредников, которыми являются только брокеры. Многочисленные исключения убивают правило. Ограничение для компаний в реестре на работу с одним страховщиком верное, но пока общей ситуации не меняет – «порог входа» минимальный, что принижает ценность этой деятельности и страхования в целом.

При этом у юрлица нет того уровня ответственности за результат, за клиента и за уровень подготовки, как у классического агента – физическое лицо. Сегодня полисы оформляет Маня, завтра – Ваня, в тему глубоко никто не погружается, требования к разъяснению и сопровождению договора минимальны, в приоритете только доход компании. Даже за сам бизнес нет порой ответственности – время нахождения в реестре некоторых фирм составило всего несколько месяцев и даже недель. При этом ряд компаний позволяют себе представляться брокерами.

Посредническая деятельность по страхованию не может быть основной или единственной для организации, занятие ею влечет запрет на применение УСН, агент не вправе заключать договоры с дочерними, зависимыми или иными аффилированными лицами. Исполняются ли эти нормы, как это проверить?

Считаю, что с учетом особенностей нашего рынка нужно максимально сокращать поле для работы непрофессиональных посредников в статусе юрлица. Да, есть банки, «Белпочта», еще пара-тройка исключений. Но если мы хотим сохранить остатки элитарности профессии страхового

работника в целом и брокера в частности, сократить поле для злоупотреблений и коррупции, то остальная масса «агентов» должна уйти или стать брокерами, а оставшиеся должны будут соблюдать определенные правила, которые стоит внедрить как минимум в сфере раскрытия информации и внешней отчетности.

Считается, что раз агент действует от имени страховщика, то находится в поле его контроля, но на практике, особенно для юридических лиц, это слабо реализуемо.

Но для начала нужен серьезный анализ того, чем эти несколько сотен агентов занимаются, какие сборы и по каким видам дают, какое количество договоров оформляют и т. п. Думаю, что ассоциация может поднять этот пласт при наличии информации.

Право брокеров на заключение договора страхования – нестандартное для мировой практики решение, как и многое в нашей стране, но идущее «от жизни» и учитывающее реалии рынка. При этом могут возникать вопросы к самой юридической конструкции на фоне существующего определения страхового брокера, которое не в полной мере соответствует его многогранной деятельности.

В свое время примером для норм, касающихся брокерской деятельности служило законодательство Российской Федерации, которое несколько лет назад было существенно изменено и уже не привязывает брокера к одному виду сделки или одной стороне, что доказывает необходимость создания более гибких юридических конструкций в части определения и статуса страхового брокера.

При этом лично мне больше нравятся подходы, заложенные Положением о страховом брокере в Республике Беларусь 1996 года, где брокер определялся как независимый посредник, осуществляющий свою деятельность на основании соглашения со страхователями и страховщиками, а брокерской деятельностью считалась посредническая деятельность по предоставлению страховых услуг, предусмотренная соглашением сторон, заинтересованных в страховании или перестраховании, конечной целью которой является нахождение

условий и форм страхования, взаимоприемлемых для сторон. Разве не красиво? И все понятно.

Надеюсь, что при проработке Закона о страховании можно будет все юридические шероховатости убрать, однако при их рассмотрении хотелось бы живой дискуссии с привлечением регулятора для выработки наиболее оптимального решения.

«Электронные полисы» – тема, которую брокеры давно поднимали и просили не отстранять их от этого процесса. Соответствующие изменения законодательства и текущая ситуация с коронавирусом подстегивают развитие электронных продаж. Как единственные профессиональные посредники брокеры, не должны остаться в стороне, если есть запрос со стороны государства на качество и прозрачность этого процесса. Ряд сдерживающих факторов, типа участия брокера в заключении договоров, устранены. Нужно двигаться дальше.

Со временем на рынок будет оказываться сильное давление со стороны различных агрегаторов и маркетплейсов. Думается, что для рынка будет лучше, если это место первыми займут профучастники, имеющие стратегические цели в страховании, а не пришлые «варяги», желающие разместить страховые продукты среди кофеварок, телефонов и велосипедов, с высокими рисками злоупотреблений и мошенничества.

Мне импонирует развитие процесса у наших восточных соседей. Еще в апреле 2018 года на Форуме страховых инноваций «InnoIns-2018», представитель российского регулятора однозначно высказался за снятие ограничений: по его словам, «запрет на электронные продажи через страховых посредников серьезно сокращает возможности развития онлайн-страхования». Такую же позицию озвучил экспертный совет по страхованию ЦБ РФ, и тогда же, в апреле 2018 года, соответствующий проект был внесен в Госдуму. Будучи в декабре 2019 года на X Международной конференции страховых брокеров, увидел, что процесс активно продвигается. И вот в февральском номере нашего журнала появилась заметка о том, что Госдума проведет



второе чтение и проект активно поддерживает ВСС.

Опыт показывает, что профессионалам всегда легче договориться – в процессе электронных продаж мы нужны друг другу и нашим клиентам. Как мне видится, действующие формулировки Указа № 530 позволяют начать даже с простой переадресации, и это будет хорошим началом серьезного процесса и дополнительных инвестиций со стороны брокеров.

В дополнение к этой теме считаю, что цена продукта онлайн и оффлайн должна быть одинаковой, по крайней мере, на первом этапе. Вопрос экономической выгоды сам по себе спорный, если правильно считать все затраты. Но самое главное, это исключит злоупотребления, перехваты клиентов и разрушение агентской сети. Мы не должны стимулировать сложившуюся и порочную, на мой взгляд, практику белорусского ритейла, когда потребитель приходит сначала в обычный магазин, изучает товар, мучает вопросами продавца, а потом идет домой и заказывает через интернет товар, который, как правило, оказывается дешевле за счет более низкого налогообложения ИП-собственника интернет-магазина и «мутных» схем поставки. У нас не пылесос с 3-5 характеристиками, а интеллектуальная и сложная услуга. Примеры злоупотреблений со стороны клиентов и страховщиков в этом направлении у нас уже были.

Предельный размер брокерского вознаграждения – хоть это тема 2018 года, озвучу лишь несколько

цифр по нашей компании. В 2019 году по сравнению с 2018 годом: рост сбора в рублях – 8,31 %, в долларах США – 5,25 % и при среднем вознаграждении – 18,3 %. При этом падение общей выручки составило 2,7 % – в рублях и 6,1 % – в долларах США. Напомню, что до изменений средний размер вознаграждения составлял 20-21 %.

Рынок страховых брокеров в Беларуси – на соседних страницах журнала вы увидите данные по итогам работы брокерского сегмента в 2018–2019 гг. и в начале 2020 года. Есть пища для размышлений.

Сначала стоит вспомнить опасения по количеству брокеров. После 2014 года был резкий рост, но вот уже несколько лет количество «живых» брокеров, как правило, не превышает 30.

Все примерно понимают, кто стоит за теми или иными брокерами, и как они работают. Подтверждается тезис о том, что если инструмент интересен, то им будут пользоваться, как бы не старались ограничить его использование. Раньше собственники клиентского потока метались между работой «через агента» или «через брокера». На фоне сравнявшегося уровня предельного вознаграждения на первое место вышли иные мотивы. Ряд крупных компаний – банки, лизинговые, дилеры – давно работают через «своих» брокеров, и процесс продолжается. Это может не нравиться, но таковы реалии, которые изменить нельзя. Главное, чтобы при этом не терялась брокерская сущ-

ность (с этим есть вопросы) и выполнялись требования законодательства. Например, видно, как, благодаря воздействию регулятора, выполнены требования по раскрытию информации, а то до недавнего времени некоторых коллег, включая лидеров, было невозможно найти в Интернете.

В принципе, рыночные брокеры, как и в предыдущие годы, находятся, в основном, в середине ранкинга, держат брокерское реноме и в меру сил стараются продвигать «разумное, доброе, вечное».

Хотя проблемы очевидны. Основной брокерский хлеб последних лет – каско – добывать все сложнее. Из-за различных лизинговых и кредитных механизмов, кэптивных посредников рыночные брокеры фактически потеряли рынок новых авто. Даже своим старым клиентам так «выкручивают руки», что они вынуждены при покупке нового автомобиля на год-два уходить к другим. И это все на фоне падения тарифов и страховых сумм.

Есть попытки заполнить брешь ДМС, и некоторым это удается. Вид интересный, но проблемный. Особое неприятие вызывает отношение клиентов к этому виду, не как к страховому продукту, а как к абонементу в лечебное учреждение. Душой понимаешь, что это уже не «страхование», пытаешься с некоторыми говорить об этом, но мало кто слышит – уплачено, будьте любезны! Рынок изначально повелся, а теперь уже не остановить.

Есть еще несколько проблем практического свойства, которые хотелось осветить: навязывание страховщикам скидок за якобы «прямое обращение», скидки страхователям лизингодателя «за парк», который таковым не является для классических андеррайтинговых подходов, проблема сроков исковой давности в страховании, а также некоторые вопросы практического применения законодательства ПОД/ФТ. Но об этом уже в следующих материалах.

В завершение желаю всем здоровья и удачно преодолеть это непростое время. ■

Общество с ограниченной ответственностью
«СтрахЭкспертГрупп»
УНП: 101251041
Свидетельство о государственной регистрации
№101251041 от 06.02.2001 г.

Креатив как ремесло

Реалии современной жизни таковы, что отношение к страхованию у населения не всегда положительное. Большая часть граждан, если и сталкивается со страхованием, то никак не по доброй воле — например, в случае ОСАГО или выезда на отдых за границу. Да и воспринимают это, скорее, как обязанность. Одна из причин — низкая страховая культура. Однако стоит ли обвинять в низкой страховой культуре только граждан? Ведь объяснять потенциальным клиентам выгоды страхования — задача страховщиков.

В настоящее время Белорусская ассоциация страховщиков в связи с поручением Министерства финансов Республики Беларусь осуществляет разработку рекламной стратегии, направленной на популяризацию страховых услуг и повышение доверия граждан к институту страхования в Беларуси.

Подобные мероприятия, направленные на повышение информированности населения о возможностях системы страхования, являются эффективными и необходимыми, так как обладающие высокой страховой культурой граждане могут выбирать более качественные услуги, что будет стимулировать конкуренцию среди страховщиков и в конечном счете приведет к росту рынка.

В связи с этим в новом выпуске журнала «СвБ» мы решили поговорить о важности повышения страховой культуры населения и в целом об особенностях продвижения страховых услуг.



Сергей Андриевич,
генеральный директор ГП «Стравита»

Сергей Владимирович, в чем, на Ваш взгляд, заключается главная трудность в продвижении страховых продуктов?

На мой взгляд, главной трудностью в продвижении страховых продуктов является невозможность «потрогать» продукт, ощутить его достоинства «здесь и сейчас», а также недостаточный уровень информированно-

Пока не сформировано знание, реклама бесполезна

Первым нашим гостем стал генеральный директор страховой компании «Стравита» **Сергей Андриевич**, который лично уделяет большое внимание вопросам маркетинга и рекламы, понимая, что накопительные программы страхования всегда требуют особых подходов в вопросах продвижения на рынок.

сти белорусов. При страховании по видам, не относящимся к страхованию жизни, клиент и вовсе может не получить ничего — деньги заплачены, случай не наступил, договор окончен. При страховании жизни вроде бы и проще: всегда получишь выплату, но тут обратная ситуация — надо долго откладывать свои деньги, а человек заинтересован в быстрой отдаче и не хочет ждать. Вот страховщикам и приходится искать пути взаимодействия с клиентом, чтобы показать конкретные преимущества программы для каждого. Важно, что он приобретает не просто бумажку, но и надежную защиту на случай непредвиденных обстоятельств.

Одна из особенностей рекламы страховых услуг по причине низкого уровня страховой грамотности населения — высокий удельный вес образовательного элемента. Как это проявля-

ется в рекламных кампаниях «Стравиты»?

В своей маркетинговой стратегии мы на первое место поставили формирование знаний о накопительном страховании, о потребности в нем и уже только потом продвижение непосредственно бренда компании. Ведется работа по изменению текстов на сайте «Стравиты» — объяснение простым языком, что такое накопительное страхование и как оно работает на конкретных примерах. В социальных сетях мы также посвящаем несколько постов в неделю финансовой грамотности. В целом во взаимодействии со СМИ и другими целевыми аудиториями делаем упор на образовательную составляющую.

В чем особенность продвижения продуктов страхования жизни?

Как показывает практика, о накопительном страховании и его сути на

самом деле мало кто знает. Часто наши виды путают со страхованием ДМС или от несчастных случаев. Особенностью накопительных видов страхования является их близость не к классическому страхованию, а к банковским услугам. Заключение договора накопительного страхования занимает намного больше времени, чем, например, договора страхования от несчастных случаев или даже каско. С клиентом, как правило, проводится несколько довольно длительных встреч, так как человек готовится вкладывать деньги на длительный срок, и ему надо понять, что будет происходить с его деньгами, сколько он получит после окончания договора страхования, как формируется его доход и так далее. Часто приходится предлагать несколько страховых программ и все детально объяснять. А с юридическими лицами заключение договора страхования может длиться и несколько лет.

В своей работе мы используем весь комплекс инструментов маркетинговой коммуникации, чтобы донести наш посыл до нужной аудитории: разработали и внедряем PR-стратегию, реализуем партнерские проекты с TUT.BY, запустили рекламную кампанию в Интернете и социальных сетях и др.

Какие мероприятия, PR-акции вы осуществляете для формирования позитивного имиджа компании?

Каким бы прекрасным не был продукт и какой бы классной не была реклама, пока о нем не будет сформировано знание, реклама будет бесполезной. Именно поэтому на этот год мы разработали для себя маркетинговую стратегию, которая, как я уже говорил, предусматривает, в первую очередь, работу по формированию знаний о накопительном страховании, о потребности в нем. Акцент в сообщениях мы делаем на том, что «Накопить просто! Начни сейчас!». В настоящее время мы активно работаем над рядом PR-акций и мероприятий, о которых пока не хотелось бы говорить. Тем более что на все активности накладывает свой негативный отпечаток эпидемиологическая обстановка, и надо еще более ответственно подходить к любому виду действий. Тем не менее,



я считаю, что нельзя полностью сворачивать мероприятия по продвижению услуг, потому что продажи в настоящее время и так идут тяжело, а без рекламной поддержки будет еще сложнее.

Проводятся ли опросы общественного мнения, чтобы понять отношение к качеству страхового продукта и получить обратную связь?

У нас реализован постпродажный контроль за качеством заключаемых договоров с физическими лицами. После заключения договора мы интересуемся, все ли было понятно клиенту, обо всем ли ему рассказали, а также предлагаем оценить качество работы агента. Сейчас начали работать над автоматизацией данного процесса через мессенджеры. Кроме того, в середине мая мы запустили свой собственный контакт-центр, который, на мой взгляд, позволит получать обратную связь от клиентов. Мы также находимся на стадии внедрения CRM-системы, которая даст возможность еще более тесно работать с потенциальным клиентом и не «упустить» ни одного из них.

Актуальна ли реклама сейчас, в период коронакри-

зиса? Стоит ли сокращать рекламные бюджеты, или их надо грамотно перераспределить?

На самом деле все сейчас будут стремиться сокращать расходы, в том числе и на рекламу. В «Стравите» на 2020 год рекламный бюджет не очень большой, и мы подходим к его освоению очень скрупулезно, принимая решение по каждой активности и оценивая ее эффективность впоследствии. Как я уже отмечал выше, при сокращении продаж надо предпринимать любые меры, чтобы это сокращение было, по крайней мере, не такое значительное. Тут без комплексного подхода к маркетинговым коммуникациям, на мой взгляд, никак не обойтись. Как говорят маркетологи, кто будет на слуху и на виду в кризис, тот останется в информационном поле своей аудитории. Сообщение каждого бренда сейчас меняется и актуализируется в связи с повесткой дня. Важно, чтобы аудитория чувствовала внимание к себе, заботу со стороны компании.

Как изменилось соотношение традиционных рекламных каналов и интернет-каналов в вашей стратегии за последние годы?

Мы живем в век информатизации и диджитализации. На первом месте Интернет с его широчайшими возможностями. Мы активно используем социальные сети для продвижения бренда, для повышения финансовой грамотности, для коммуникации с нашей аудиторией. В скором времени на сайте будут

внедрены мессенджеры для еще более удобного онлайн-общения. Ну и конечно мы используем все, что сейчас в тренде – аналитику, таргетинг¹, SEO и т. д.

На мой взгляд, в последнее время ничего со словом «Вау!» не встречал. Из прошлого – продвижение «Халвы». ■

Какая рекламная кампания, в т. ч. в других сферах, Вам запомнилась?



Николай Дуброва,

начальник отдела рекламы и маркетинга
БРУСП «Белгосстрах»

Николай Николаевич, а на Ваш взгляд, в чем заключается главная трудность в продвижении страховых продуктов?

Если отбросить условности, то страховая услуга – неосязаемое предложение по обретению спокойствия в будущем. В этом, наверное, главная сложность – продвигать неосязаемое.

Одна из особенностей рекламы страховых услуг, имеющая своей причиной низкий уровень страховой грамотности населения – высокий удельный вес образовательного элемента. Как это проявляется в рекламных кампаниях Белгосстраха?

Говорить о низкой страховой культуре населения, на мой взгляд, было бы

Сложно продвигать неосязаемое

Аналогичные вопросы мы также задали и Николаю Дуброве, начальнику отдела рекламы и маркетинга Белгосстраха, который всегда стоял у истоков рекламных кампаний Белгосстраха.

некорректно – у нас образованное общество, которое умеет и любит учиться. В находчивости белорусам тоже никто никогда не отказывал. Опыт западных стран показывает, что качественный скачок в страховании идет после преодоления определенного уровня дохода на каждого члена семьи. Но определенную апатию и ложные представления о страховании в обществе, безусловно, отметить можно. Мы их видим и стараемся учитывать при разработке рекламных кампаний. Например, наше исследование показало, что много респондентов отказывается от страхования из-за мнимой дороговизны – они оценивали размер взносов популярных страховых продуктов как завышенные в три-четыре раза. Мы провели кампанию «Спокойствие стоит недорого!» – положительные сдвиги были весьма заметны.

В 2018 году Белгосстрах представил новую концепцию «Оберегаем счастье», расскажите, в чем ее основная идея, и почему вы остановили свой выбор именно на ней?

Скажем так, это небольшое изменение коммуникационного посыла: Белгосстрах оберегает счастье своих клиентов. Это главный принцип работы компании, который наше руководство старается донести до всех наших работников, и который мы публично сделали своим девизом. Он отражает

суть нашей политики при работе с клиентами.

Успех страховой компании неразрывно связан с поддержанием хорошей репутации. Репутационный фактор сегодня является одним из ключевых при выборе клиентом страховой компании. Каким образом в Белгосстрахе налажен процесс управления репутацией бренда, работа с обратной связью?

Если человек пишет негативный отзыв – он хочет, чтобы его услышали. Вот, наверное, базовый принцип работы с негативом. Информационное цифровое поле сейчас настолько чувствительное, что смешно говорить о правиле ответа в «месячный срок», счет идет на минуты. Мы работаем в социальных сетях, мониторим Интернет-пространство в поиске информации о страховании и отзывах клиентов страховых компаний и Белгосстраха, в частности. Негативные отзывы удаляем только в случае открытого немотивированного хамства и оскорблений. Стараемся перевести негатив в позитив. Разбираемся в жалобах, вопросах, запросах – по возможности оперативно. И в 99 % случаев довольными остаются обе стороны. Мы получаем опыт, клиент понимает, что он не безразличен, его проблему услышали и не оставили одного. Такая связь необходима, она

¹ Таргетинг (англ. Target – цель) – рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей.



позволяет нам совершенствоваться. А репутация складывается из таких вот кирпичиков. И каждый из них важен.

Что для Вас важнее в маркетинге: изучение рынка или продвижение своей услуги? Каким образом вы исследуете рынок: силами инхаус-подразделений или сотрудничая со сторонними агентствами?

Невозможно сказать, какое звено в цепи важнее. Продвижение на рынке невозможно без изучения рынка. А насчет исследований – каждой работой должны заниматься профессионалы. Конечно, точечные исследования мы проводим и сами – и по своим базам, и анкетирование с опросами. Но для широких исследований мы привлекаем профессиональные компании. Они лишены субъективизма. А в любых исследованиях это главное условие точного результата и нового взгляда на ситуацию.

Традиционная реклама больше не работает? Сейчас основная масса потребителей – миллениалы. Множество опросов показывает, что они скептически оценивают прямую рекламу и больше доверяют лидерам мнений. Как сделать так, чтобы человек, видя рекламу, решил начать пользоваться услугой, а не просто прошел мимо?

Традиционную рекламу я бы пока не списывал со счетов. С печатными изданиями все печально, конечно, радио позиции сохраняет, но ТВ еще актуально. Уровень охвата там самый высокий,

больше 4 часов в день у телеэкрана в среднем проводит каждый белорус. Хотя, конечно, бюджеты перетекают в интернет. Прошлый год, если я не ошибаюсь, был переломным: доля *digital*-бюджета общего медиамикса превысила долю ТВ рекламы. А в общей сложности это более 70 % всего пирога. Впрочем, я вообще наблюдаю некоторую растерянность рекламного рынка. Интернет-пространство многие стали считать панацеей и гарантией успеха рекламной кампании, но реальность далека от ожиданий. Да, это хороший канал, но он и сложнее в применении – просто баннером сейчас уже никого не удивишь и не привлечешь. Социальные группы стремятся к закрытости. Общая перегруженность рекламного пространства должна привести к новому уровню цифровой рекламы. А какой это будет уровень – вряд ли кто-то сейчас даст четкие прогнозы. ТВ-реклама неспешно совершенствовалась десятилетиями. Это уже классика. Теперь другие скорости.

А для отрасли страхования, на мой взгляд, в любом случае останется инструментарий эмпирического маркетинга – как наиболее подходящий по роду воздействия.

Какая рекламная кампания, в т. ч. в других сферах, Вам запомнилась?

Если говорить о Белгосстрахе, то я тепло вспоминаю наши кампании «Абярэжныя традыцыі», нашу имиджевую серию с мультипликационными героями. Много впечатлений оставила работа со сказочной историей «Сказочное спокойствие» и инновационной «Оберегаем счастье».

В других сферах мне запомнилась давняя и несколько провокационная

кампания *life*.) при вхождении на рынок. Удивила кампания по сбору раздельного мусора. Усилия и ресурсы с енотами огромные, но что в итоге с раздельным сбором мусора? Поражает живучесть и привязчивость напева новогоднего ролика «Модум», вот уж молодцы! А так, как-то скучно стало на рекламном пространстве. Рисуют красивые картинки, а поговорить, зачастую, не о чем, к сожалению.

Идеальный маркетолог – это аналитик или творческая личность?

Иногда приходят практиканты, которые считают, что маркетолог, как Пушкин, ходит с пером за ухом и придумывает гениальные идеи. Потом видят 5 папок договоров и долго удивляются. Впрочем, в больших компаниях и агентствах у маркетологов есть четкое разделение функций, специализаций и направлений, и это нормально. Главное, что определяет хорошего маркетолога, – это системность и умение подняться над ситуацией. А так, это обычная профессия со своими профессиональными умениями и навыками.

Сейчас из-за сложностей в экономике, неспокойной эпидемиологической обстановки снижается потребительская уверенность. Как в связи с этим изменится маркетинговая стратегия Белгосстраха?

Мы поддерживаем онлайн-страхование. В принципе, все и так идет к бесконтактному страхованию, а теперь такой вид коммуникации стал не просто удобным, но иногда единственно возможным.

Если подытожить, какими ключевыми принципами руководствуется Белгосстрах в маркетинге?

Я не буду приводить пункты из учебника. В этом нет смысла. Наш негласный посыл: «*Не потребление, а образ жизни*». Когда каждый наш работник поймет, что его задача – обеспечивать счастье клиента, а клиенту будет хорошо в нашем пространстве – тогда главная маркетинговая цель будет достигнута. Но это, конечно, в идеале. ■

Перестраиваясь на ходу



Сергей Казукевич,
директор филиала «Белгосстраха» по
Гродненской области

Сергей Казимирович, начнем, пожалуй, с самой обсуждаемой темы: расскажите, как пандемия повлияла на работу Вашей структуры, на основные показатели деятельности?

Безусловно, пандемия внесла определенные коррективы в работу филиала и всех наших подразделений, перестраиваемся, что называется, на ходу. Как и на многих предприятиях, наши специалисты перешли на удаленную работу, благо, что и технические возможности, и профессиональный уровень наших работников это позволяет.

Пришлось вносить коррективы в организацию работы и с населением, и с юридическими лицами. Подстраиваемся под сложившуюся ситуацию и принимаем всевозможные меры, чтобы и коллектив сохранить, и обе-

Редакция «СвБ» продолжает виртуальные путешествия по Гродненской области. И, разумеется, мы не могли обойти стороной лидера региона – филиал «Белгосстраха» по Гродненской области. О финансовых результатах и принципах работы филиала рассказал его директор **Сергей Казукевич**.

спечить бесперебойную работу наших подразделений.

На сегодняшний день наиболее ощутимые негативные последствия наблюдаются у нас в связи с приостановлением работы большинства пунктов продаж страховых услуг, расположенных в пунктах пропуска через государственную границу РБ, по причине закрытия с 16 марта 2020 года границ со стороны Польши и Литвы. Наибольшие потери несут пограничные представительства, особенно по Свислочскому и Островецкому районам. За 2019 год доля страховых взносов по «Зеленой карте» на погранпереходах по нашему филиалу составила 51,9 %.

Тем не менее, хочу отметить, что по итогам работы за 1 квартал и январь–апрель 2020 года мы справились с поставленными перед нами задачами: обеспечили выполнение прогнозных показателей по всем видам страхования. В частности, показываем стабильную динамику по добровольным видам страхования, несмотря на сложность ситуации в этом году. Темп роста за 1 квартал 2020 составил 122,1 %, январь–апрель – 120,3 %. Выполнение прогнозных показателей с хорошей динамикой по добровольным видам страхования позволило получить положительный финансовый результат от страховой деятельности и обеспечить опережение темпа роста производительности труда над темпом роста заработной платы. Следует отметить, что большинство наших обособленных подразделений обеспечили выполнение прогнозных показателей и прибыльную деятельность, что и является залогом эффективной работы филиала.

Какие антикризисные меры предпринимаются филиалом для снижения влияния негативных последствий?

Все уже давно оценили удобство и простоту безналичных расчетов. Понимаем это и мы, и сложившаяся ситуация подстегивает нас двигаться в этом направлении ускоренными темпами, поскольку 60 % нашего страхового портфеля по добровольным видам формируется за счет розничного сегмента. Развитию электронных страховых продуктов способствует и обновленное страховое законодательство. Сейчас мы активно работаем, используя все имеющиеся ресурсы, я имею в виду и технические, и трудовые. На данном этапе через сайт «Белгосстраха» можно оформить онлайн: договор внутреннего страхования ОСГОВТС, комплексного страхования квартиры, добровольного страхования от несчастных случаев и болезней на время поездки за границу. С 1 апреля текущего года извещение о дорожно-транспортном происшествии может быть произведено в электронном виде на портативном устройстве одного из участников ДТП с помощью мобильного приложения «Белгосстраха». Мы работаем на границе с Евросоюзом, и конечно, потери, о которых я сказал выше, будут увеличиваться, несмотря на ожидаемое открытие границ.

Как Вы оцениваете работу вашего подразделения в 2019 году? Каков уровень выполнения планов, какие из задач удалось реализовать?

В целом 2019 год для нас был успешным, выполнены прогнозные показатели как по всем видам страхования, так и по добровольным видам, обеспечен прирост страховых взносов на 12,4 %, в том числе по добровольным видам на 17,1 %, увеличена доля этого сегмента на 1,5 п. п. Хочу отметить, что у нас достаточно сбалансированный страховой портфель добровольного страхования, основу которого составляет страхование имущества граждан (40 %). Многолетний опыт работы показал, что сбалансированность страхового портфеля является залогом финансовой устойчивости филиала. Не стал исключением и 2019 год, мы сработали с максимальным среди филиалов положительным финансовым результатом от страховой деятельности. Также замечу, что все наши представительства в 2019 году выполнили прогнозные задания по добровольным видам страхования, все сработали с прибылью. У отдельных представительств были сложности по выполнению прогноза по обязательным видам страхования, связанные со снижением тарифов и несоответствием фактического курса евро прогнозному значению. В последнее время филиалом предпринят ряд мер по решению этих задач. И, думаю, мы справимся.

На сегодняшний день в области открыто и работает 72 пункта продаж страховых услуг, в филиале и представительствах работает 19 штатных оценщиков транспортных средств, в каждом представительстве есть подготовленные специалисты для оценки и расчета ущерба имущества граждан и юридических лиц. Это дает возможность оперативно и качественно обслуживать наших клиентов. В подтверждение тому, что нам доверяют, могу сказать, что количество договоров страхования в 2019 году увеличилось на 3,6 %.

Расскажите об особенностях вашего региона с точки зрения страхования? Как выглядит Гродненский филиал на фоне других областей?

На вопрос, как выглядит Гродненский филиал на фоне других областей, отвечу – достойно. Как результат слаженной работы коллективов всех наших подразделений – один из лучших

показателей охвата добровольным страхованием и его прирост на 1 000 жителей области по итогам работы за 2019 год.

Какие виды составляют основную долю вашего страхового портфеля? Какие только набирают популярность?

Как отмечал выше, преобладающую долю нашего портфеля по добровольным видам страхования составляют страхование строений, квартир, домашнего имущества. Значительное внимание уделяем жилищному страхованию, особенно комплексному страхованию жилых помещений, ежегодно есть прирост в этом направлении, и за 2019 год приросли в объеме взносов на 32 %.

Истекший год для филиала, как и для большинства страховых организаций, стал годом ускоренного развития страхования наземных транспортных средств. Страховые взносы по каско физических лиц увеличились в 1,9 раза, и это неразрывно связано со значительным ростом в 2019 году продаж новых автомобилей. Мы сотрудничаем со всеми автодилерами, которые представлены в Гродненской области. При этом практикуем все услуги, связанные со страхованием транспорта и организацией ремонта, оказывать прямо в автоцентрах.

К видам, набирающим обороты, отнес бы также добровольное страхование медицинских расходов. За истекший год прирост страховых взносов составил 32 %. Отметил бы также, что среди юридических лиц все более популярными становятся всевозможные виды страхования ответственности. В частности, по страхованию ответственности нанимателя за вред, причиненный жизни и здоровью работников, объемы страховых премий в 2019 году выросли на 29 %, за 1 квартал 2020 года – в 2 раза.

Какие виды страхования сегодня, на Ваш взгляд, являются убыточными для страховщиков? Что нужно сделать, чтобы это исправить?

Проведение любого вида страхования требует взвешенной оценки рисков,

и мы при заключении договоров страхования стараемся учитывать все факторы, чтобы выйти на оптимальную цену договора, найти баланс интересов страхователя и страховщика. Однако по добровольному страхованию медицинских расходов не всегда это удается. На мой взгляд, при выборе тарифной политики по данному виду страхования необходим очень взвешенный подход с учетом его специфики и социального характера. В то же время по основным традиционным для нас видам страхования нам удается выходить на положительный результат.

Кто самые активные страхователи в юрсегменте?

Являясь государственной страховой компанией, мы давно и активно сотрудничаем с крупными структурами госсектора, такими как «Гроднооблгаз», «Гродноэнерго», «Гроднопромстрой», «Гродножилстрой», «Гродно-облавтотранс» и др. Вместе с тем, следует заметить, что в последнее время наиболее активными страхователями являются субъекты хозяйствования с преобладанием частного капитала. Нашими постоянными клиентами являются такие узнаваемые во всей республике бренды, как «ЗОВ», «КонтеСпа», «Биоком» и др. Благодаря нашей доступности, наличию подразделений «Белгосстраха» в каждом районе, все более активно в процесс страхования вовлекается средний и малый бизнес.

Расскажите о Вашем стиле руководства?

Главное для меня, как руководителя, рассмотреть и далее развивать внутренний потенциал своих сотрудников: именно те качества, умения и навыки, которые могут принести пользу предприятию, построить систему ответственного отношения к труду. Выстроить понятную систему вознаграждения и мотивирования. И, конечно, создать условия для продуктивной работы – психологические, финансовые. А дальше – каждому дается возможность показать себя.

В любом деле важна слаженность в работе, профессионализм. Что Вы можете сказать о вверенном вам коллективе?

Первоначально, с момента моего назначения на должность директора филиала, главной задачей было создание хорошей команды, которая будет способна обеспечить рост и развитие всего спектра страховых услуг. На мой взгляд, это удастся. Деловая активность и правильный подход к решению поставленных задач позволяют обеспечивать устойчивую

положительную динамику по всем направлениям страхования.

Хочу поблагодарить всех коллег за сплоченность и самоотдачу. Это компетентные, активные люди с высокой квалификацией и необходимым опытом работы. Залогом успеха в страховании считаю качественное оказание услуг, высокий профессионализм и

доброжелательное отношение внутри коллектива. В этом направлении мы будем двигаться и дальше. ■

*Белорусское республиканское унитарное страховое предприятие «Белгосстрах»
УНП 100122726
Специальное разрешение (лицензия) Министерства финансов РБ №02200/13-00001*

Краткие итоги деятельности страховых организаций Республики Беларусь за I квартал 2020 года



За 1 квартал 2020 года взносы страховых организаций республики по прямому страхованию и сострахованию составили 379,9 млн рублей. Темп роста страховых взносов за 1 квартал 2020 года по сравнению с аналогичным периодом 2019 года составил 112,9%.

По добровольным видам страхования за 1 квартал 2020 года страховые взносы составили 260,0 млн рублей. Удельный вес добровольных видов страхования в общей сумме страховых взносов составляет 68,4% (за 1 квартал 2019 года – 66,7%). В структуре страховых взносов по добровольным видам страхования на долю личного страхования приходится 43,5%, имущественного страхования – 47,9%, страхования ответственности – 6,1%, комплексного страхования – 2,5%.

Страховые взносы по обязательным видам страхования за 1 квартал 2020

года – 119,9 млн рублей. Удельный вес обязательных видов страхования в общей сумме взносов составляет 31,6% (за 1 квартал 2019 года – 33,3%), из них личное страхование – 32,9% от суммы страховых взносов по обязательным видам страхования, имущественное – 12,2%, страхование ответственности – 54,9%.

За 1 квартал 2020 года выплаты страхового возмещения и страхового обеспечения в целом по республике составили 191,3 млн рублей, из них на долю добровольных видов страхования приходится 115,4 млн рублей (60,3%), обязательных видов страхования – 75,9 млн рублей (39,7%).

Уровень страховых выплат в общей сумме страховых взносов за 1 квартал 2020 года составил 50,4% (за 1 квартал 2019 года – 46,6%).

Общая сумма страховых резервов, сформированных страховыми орга-

низациями республики, по состоянию на 01.04.2020 составила 2 111,6 млн рублей. Страховые резервы по видам страхования иным, чем страхование жизни, составляют 1 315,2 млн рублей, а по видам страхования, относящимся к страхованию жизни, – 796,4 млн рублей (на 01.04.2019 – 1 027,4 млн рублей и 583,9 млн рублей соответственно).

Численность работников списочного состава и граждан, выполняющих работы по гражданско-правовым договорам, страховых организаций по состоянию на 01.04.2020 составила 14 939 человек, в том числе работников списочного состава – 8 984 человека (по состоянию на 01.04.2019 – 16 998 и 8 740 человек соответственно). ■

Структура страховых взносов и страховых выплат на 1 апреля 2020 года

руб.

Вид страхования	Страховые взносы (премии)	В % к		Страховые выплаты	В % к	
		общей сумме взносов	соответствующему периоду прошлого года		общей сумме выплат	соответствующему периоду прошлого года
ВСЕГО	379 904 611	100,00	112,93	191 336 405	100,00	122,12
Добровольное страхование, всего	259 966 650	68,43	115,90	115 418 450	60,32	128,26
в том числе:						
1) личное страхование:	113 167 199	29,79	120,82	45 382 878	23,72	129,15
страхование жизни	27 155 929	7,15	127,52	9 098 878	4,76	128,58
страхование дополнительной пенсии	18 745 882	4,93	127,30	4 662 359	2,44	137,75
страхование медицинских расходов	50 737 197	13,36	124,40	24 866 328	13,00	137,03
прочие (страхование от несчастных случаев и др.)	16 528 191	4,35	98,01	6 755 313	3,53	103,41
2) имущественное страхование:	124 391 465	32,74	106,47	67 338 628	35,19	132,80
страхование имущества предприятий	51 266 947	13,49	109,55	33 680 416	17,60	121,29
страхование имущества граждан	43 649 718	11,49	110,02	20 320 738	10,62	125,56
страхование грузов	2 622 012	0,69	120,31	1 130 280	0,59	553,78
страхование предпринимательского риска	14 325 160	3,77	82,99	11 986 694	6,26	183,95
прочие (страхование строительно-монтажных рисков и др.)	12 527 628	3,30	114,75	220 500	0,12	656,52
3) страхование ответственности	15 917 667	4,19	115,35	1 920 325	1,00	46,35
4) комплексное страхование	6 490 319	1,71	—	776 619	0,41	—
Обязательное страхование, всего	119 937 961	31,57	106,98	75 917 955	39,68	113,84
в том числе:						
1) имущественное страхование:	14 562 604	3,83	126,70	1 015 136	0,53	134,97
страхование строений, принадлежащих гражданам	4 087 899	1,08	101,30	1 015 136	0,53	135,74
обязательное страхование с государственной поддержкой урожая сельскохозяйственных культур, скота и птицы	10 474 705	2,76	140,45	—	—	—
2) личное страхование:	39 516 339	10,40	111,50	34 348 367	17,95	112,62
медицинское страхование иностранных граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих или временно проживающих в РФ	1 745 195	0,46	112,68	421 070	0,22	107,39
страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний	37 575 358	9,89	111,72	33 733 274	17,63	112,95
обязательное государственное страхование (предусмотренное в законодательстве)	195 786	0,05	75,96	194 023	0,10	79,80
обязательное страхование жизни, здоровья и (или) имущества граждан за счет средств соответствующего бюджета)						
3) страхование ответственности:	65 859 018	17,34	101,04	40 554 452	21,20	114,44
страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств	43 488 831	11,45	108,73	33 381 079	17,45	113,73
страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств (договоры страхования "Зеленая карта")	19 024 946	5,01	89,28	6 835 187	3,57	116,22
страхование гражданской ответственности перевозчика перед пассажирами	746 057	0,20	79,98	311 314	0,16	158,92
страхование ответственности коммерческих организаций, осуществляющих ризлтерскую деятельность, за причинение вреда в связи с ее осуществлением	55 653	0,01	35,67	4 844	0,00	453,13
страхование гражданской ответственности временных (антикризисных) управляющих в производстве по делу об экономической несостоятельности (банкротстве)	62 473	0,02	93,68	11 240	0,01	173,16
страхование гражданской ответственности юридических лиц и индивидуальных предпринимателей за вред, причиненный деятельностью с эксплуатацией опасных объектов	2 418 026	0,64	90,79	10 788	0,01	329,81
страхование гражданской ответственности перевозчика при перевозке опасных грузов	63 032	0,02	120,06	—	—	—

Отдельные показатели деятельности страховых организаций Республики Беларусь на 1 апреля 2020 года

руб.

№ п.п	Наименование страховой организации	Страховые взносы по договорам прямого страхования и сострахования	Страховые взносы с учетом перестрахования	Страховые выплаты по договорам прямого страхования и сострахования	Страховые выплаты с учетом перестрахования	Прибыль (убыток) до налогообложения	Чистая прибыль (убыток)
1	БРУСП «Белгосстрах»	166 965 731	161 988 845	86 774 742	86 349 525	55 862 535	30 072 833
2	ЗАСО «Промтрансинвест»	40 457 140	26 672 308	17 931 562	17 762 849	4 679 806	3 391 240
3	ЗАСО «Белнефтехстрах»	34 234 053	33 806 924	14 788 194	14 307 268	10 809 104	7 986 430
4	ЗАСО «ТАСК»	26 347 229	25 928 638	18 037 546	17 966 404	2 815 002	2 054 154
5	БРУПЭИС «Белэксимгарант»	19 433 615	16 547 663	15 353 194	11 240 898	14 626 261	6 396 964
6	СООО «Белкоопстрах»	10 749 124	9 524 126	5 288 850	4 963 620	944 021	713 846
7	ЗАО «СК "Белросстрах"»	8 972 530	8 783 328	4 782 734	4 783 945	7 591 762	5 269 948
8	СБА ЗАСО «Кулала»	6 176 886	4 814 161	3 096 901	2 252 601	7 375 768	5 571 254
9	ЗАО «СК "ЭРГО"»	5 345 608	5 137 330	3 514 001	3 996 199	104 693	89 737
10	ЗАСО «Имклива Иншуранс»	4 480 260	4 561 369	1 880 994	1 882 478	6 881 938	6 381 808
11	ЗАСО «КЕНТАВР»	4 354 064	4 383 811	2 825 263	2 946 953	2 050 356	1 186 779
12	УСП «БелВЭБ Страхование»	3 674 212	3 763 188	1 879 639	2 202 972	831 083	619 300
13	ЗСАО «Ингосстрах»	2 812 348	2 737 626	1 421 548	1 396 849	2 585 140	2 021 805
14	Государственное предприятие «Белорусская национальная перестраховочная организация»	—	26 942 839	—	10 594 442	16 469 358	11 652 549
15	Государственное предприятие «Стравита»	33 214 750	33 214 750	10 782 888	10 782 888	133 171	133 171
16	СООО «ПриорЛайф»	12 687 061	12 687 061	2 978 349	2 978 349	4 503 910	3 417 197
17	ЗАСО «Дельта Страхование» ¹	—	—	—	—	—	—
18	ОАСО «Би энд Би иншуренс Ко» ²	—	—	—	—	—	—
19	ОАСО «МЕГА ПОЛИС» ³	—	—	—	—	—	—
20	ОАСО «Пенсионные гарантии» ⁴	—	—	—	—	—	—

¹ 1 июня 2019 г. акционерами ЗАСО «Дельта Страхование» принято решение о ликвидации.

² С 3 апреля 2019 г. вступило в силу решение экономического суда г. Минска от 6 февраля 2019 г. №5-26/2019М о ликвидации ОАСО «Би энд Би иншуренс Ко».

³ С 13 марта 2017 г. находится в процессе ликвидации.

⁴ 1 мая 2019 г. акционерами ОАСО «Пенсионные гарантии» принято решение о ликвидации.

Источник: Главное управление страхового надзора Министерства финансов РБ

Банкострахование: белорусские реалии

Экономические кризисы и ухудшение макроэкономической ситуации негативным образом влияют на основные показатели банковской и страховой деятельности. Мы все знаем, что основная задача страхования заключается в сокращении рисков и минимизации возможных потерь в сфере социально-экономических отношений на основе финансовой защиты. Однако теоретические и практические исследования показывают, что роль страхования значительно шире, а синергетический эффект от позитивных процессов на страховом и банковском рынках оказывают влияние на ускоренное и стабилизирующее развитие других секторов экономики. Взаимное проникновение банковского и страхового бизнеса последние пятнадцать лет было доминирующей тенденцией на европейском финансовом рынке. В Беларуси эта тенденция несколько запоздала, но, тем не менее, определенные процессы банкострахования имеют место на финансовом рынке. В свое время основоположником этих процессов стал «Приорбанк», а со стороны страховщиков первопроходцем была страховая компания «ППФ-страхование». Сегодня уже созданы все предпосылки для рассмотрения и анализа такого канала продаж страховых полисов, как банки. Белорусская ассоциация страховщиков собрала подробную информацию по банкам и по страховщикам, чтобы проанализировать, кто сегодня является лидером в развитии банкострахования, и какие виды страхования продаются через банки.

По данным страховых организаций Республики Беларусь, сумма начисленных страховых взносов по договорам страхования, заключенным при посредничестве банков страны, за 2019 год составила 70 295,3 тыс. руб., в том числе по добровольному страхованию – 63 777,8 тыс. руб. (90,7 %), обязательному – 6 517,5 тыс. руб. (9,3 %).

На первую тройку страховых организаций в рейтинге по начисленным взносам по договорам страхования, заключенным при посредничестве банков, приходится 81,8 % от общей суммы взносов, по сравнению с первым полугодием 2019 года эта доля увеличилась на 5,2 п.п.

Стоит отметить, что топ-5 страховщиков за второе полугодие 2019 года претерпел изменения как в части активных участников данной сферы, так и их долей в общем объеме взносов, начисленных по банкострахованию.

В структуре взносов, начисленных по договорам добровольного страхования, заключенным при посредничестве банков, 83,60 % приходится на личное страхование, 16,39 % – имущественное страхование и лишь 0,01 % – на страхование ответственности.

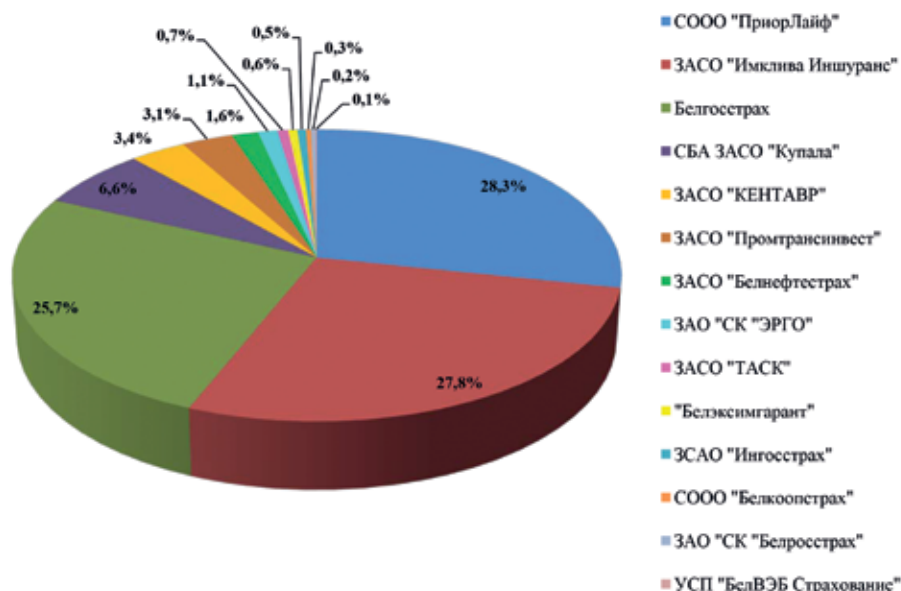


Рисунок 1. Доли страховых организаций по страховым взносам, начисленным по договорам страхования, заключенным при посредничестве банков.

Таблица 1. Топ-5 страховщиков по начисленным взносам по договорам страхования, заключенным при посредничестве банков

1 полугодие 2019 г.		2019 г.	
Белгосстрах	38,1 %	SOOO «ПриорЛайф»	28,3 %
SOOO «ПриорЛайф»	21,7 %	ЗАСО «Имклива Иншуранс»	27,8 %
ЗАСО «Имклива Иншуранс»	16,8 %	Белгосстрах	25,7 %
ЗАСО «Промтрансинвест»	5,6 %	СБА ЗАСО «Купала»	6,6 %
СБА ЗАСО «Купала»	5,0 %	ЗАСО «КЕНТАВР»	3,4 %

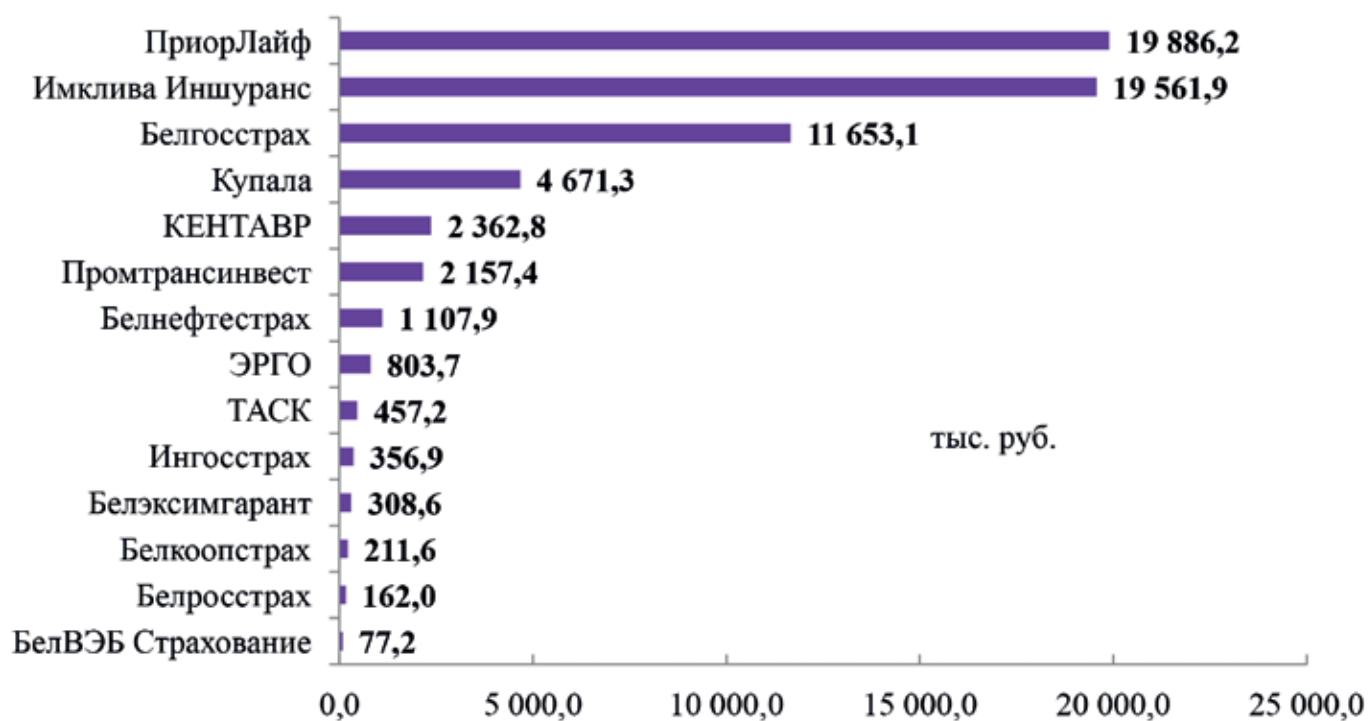


Рисунок 2. Рейтинг страховых организаций по страховым взносам, начисленным по договорам добровольного страхования, заключенным при посредничестве банков.

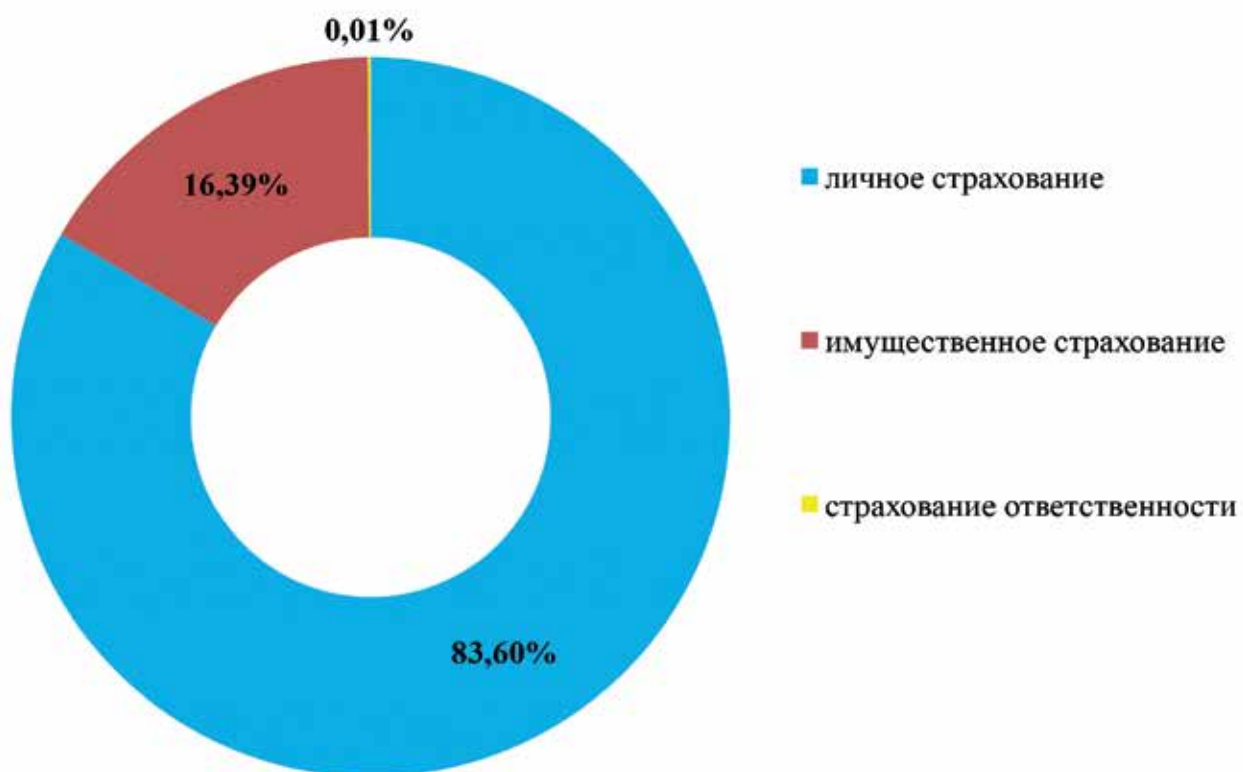


Рисунок 3. Структура взносов, начисленных по договорам добровольного страхования, заключенным при посредничестве банков.

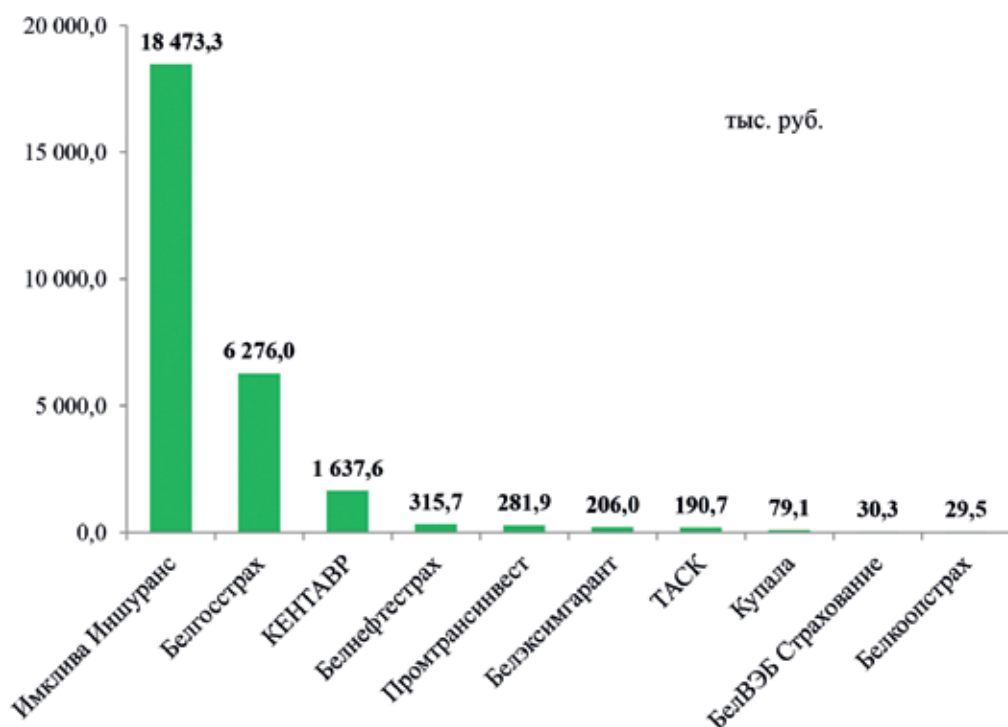


Рисунок 4. Рейтинг страховых организаций по взносам, начисленным по договорам ДСМР, заключенным при посредничестве банков.

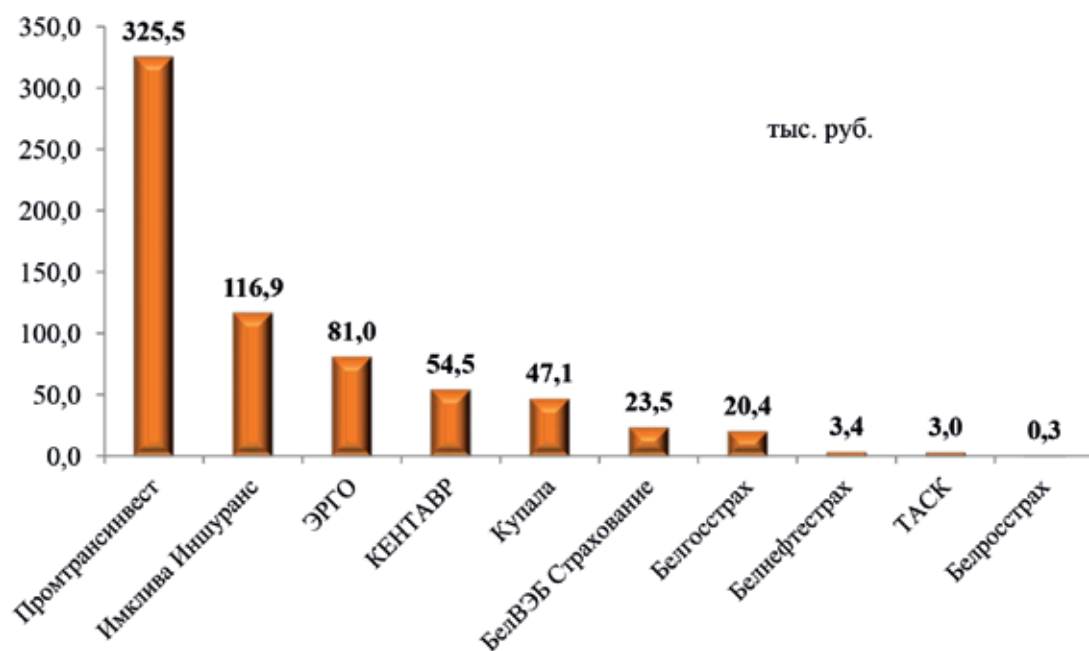


Рисунок 5. Рейтинг страховых организаций по взносам, начисленным по договорам добровольного страхования ВЗР, заключенным при посредничестве банков.

Таблица 2. Топ-5 банков-партнеров

1 полугодие 2019 г.		2019 г.	
«Приорбанк» ОАО	36,3 %	«Приорбанк» ОАО	32,2 %
ЗАО «МТБанк»	12,7 %	ОАО «АСБ Беларусбанк»	16,3 %
ОАО «Белагропромбанк»	10,8 %	ЗАО «МТБанк»	14,9 %
ЗАО «Альфа-Банк»	9,9 %	ЗАО «Альфа-Банк»	9,8 %
ОАО «Белинвестбанк»	9,5 %	ОАО «Белагропромбанк»	8,4 %

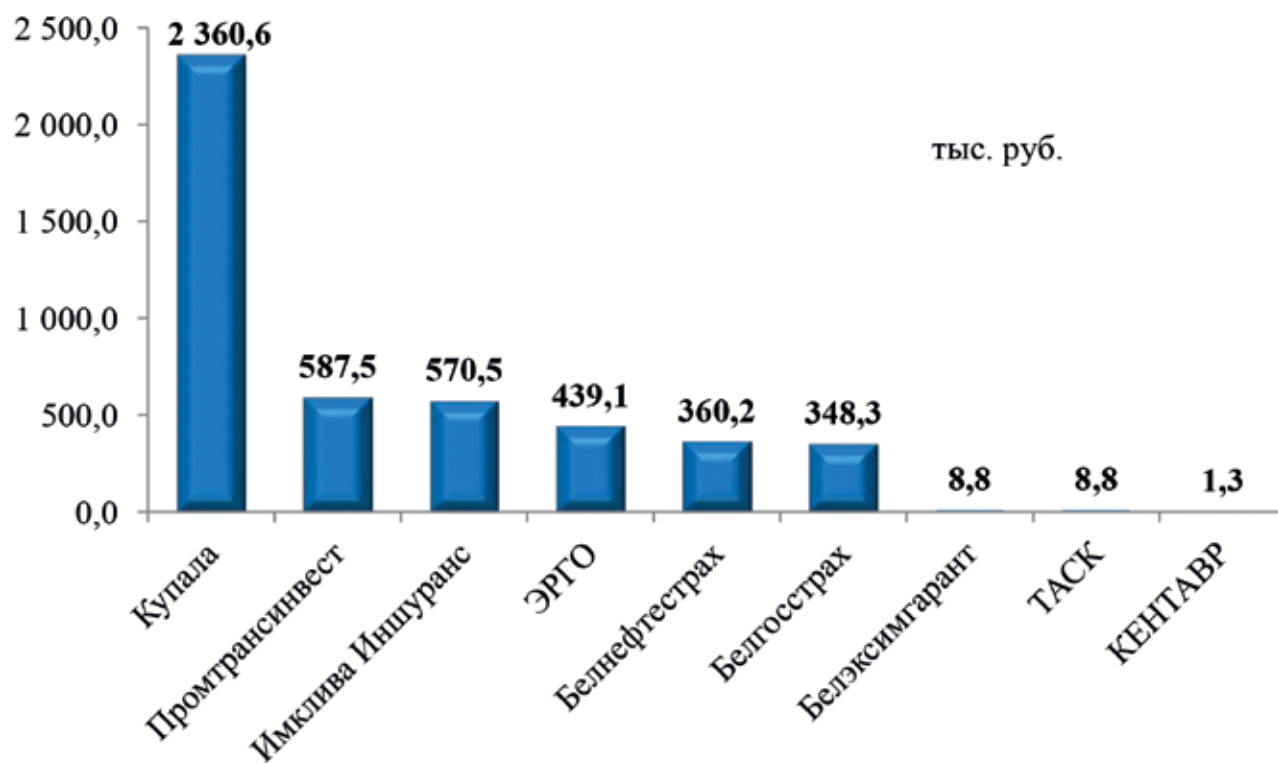


Рисунок 6. Рейтинг страховых организаций по взносам, начисленным по договорам добровольного страхования от несчастных случаев, заключенным при посредничестве банков.

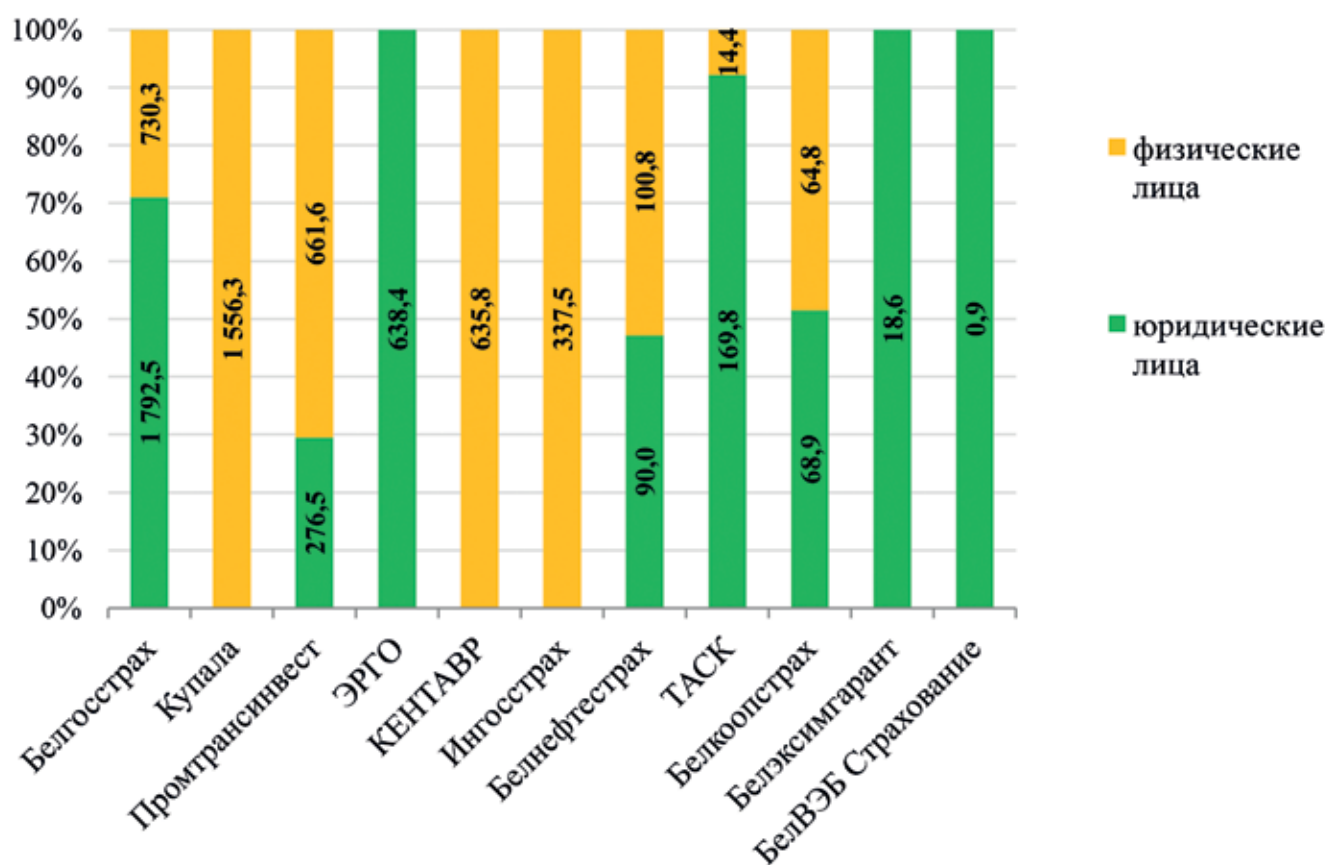
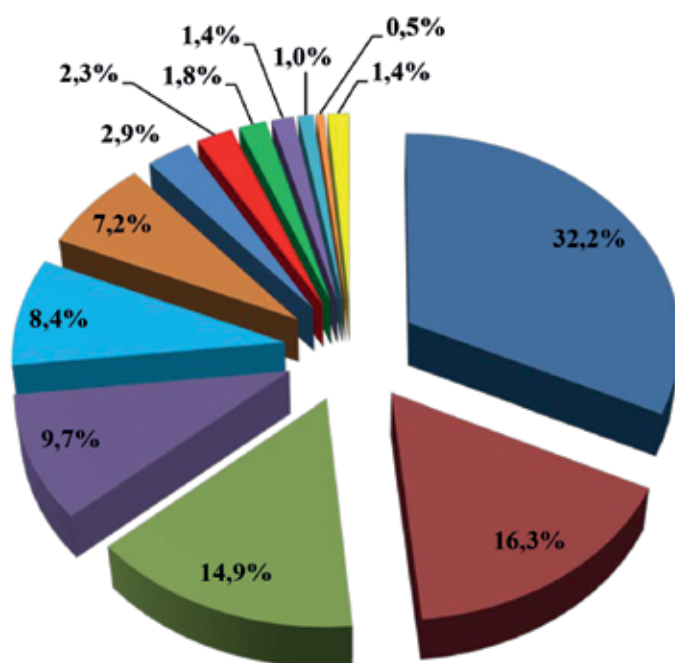
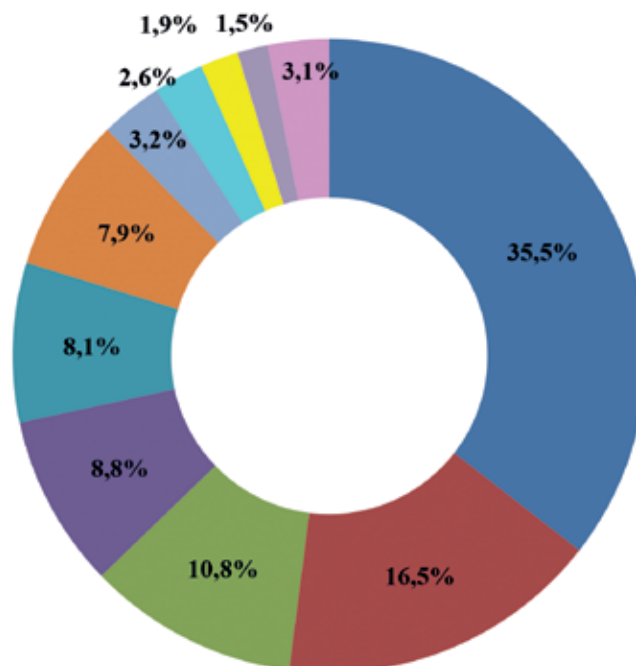


Рисунок 7. Рейтинг страховых организаций по взносам, начисленным по договорам добровольного страхования транспортных средств, заключенным при посредничестве банков, тыс. руб.



■ "Приорбанк" ОАО
■ ОАО "АСБ Беларусбанк"
■ ЗАО "МТБанк"
■ ЗАО "Альфа-Банк"
■ ОАО "Белгпропромбанк"
■ ОАО "Белинвестбанк"
■ ОАО "БНБ-Банк"
■ ОАО "СтатусБанк"
■ ЗАО "Цептер Банк"
■ ЗАО "БТА Банк"
■ ЗАО Банк ВТБ (Беларусь)
■ ОАО "Паритетбанк"
■ Иные банки

Рисунок 8. Доли банков по поступлениям страховых взносов за 2019 г.

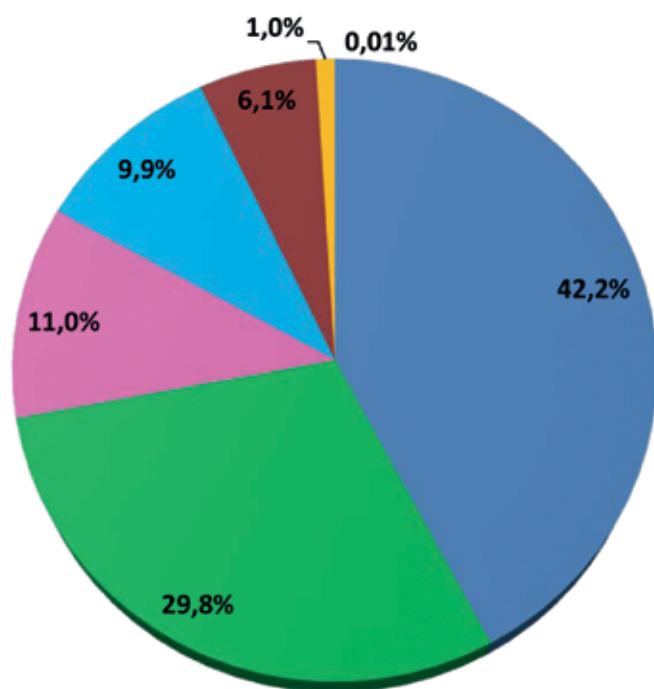


■ "Приорбанк" ОАО
■ ЗАО "МТБанк"
■ ЗАО "Альфа-Банк"
■ ОАО "Белгпропромбанк"
■ ОАО "АСБ Беларусбанк"
■ ОАО "Белинвестбанк"
■ ОАО "БНБ-Банк"
■ ОАО "СтатусБанк"
■ ЗАО "Цептер Банк"
■ ЗАО "БТА Банк"
■ Иные банки

Рисунок 9. Доли банков по поступлениям страховых взносов по добровольному страхованию за 2019 г.

Таблица 3. Доля поступлений страховых взносов через банки по видам добровольного страхования

Вид страхования	Доля в общем объеме взносов, поступивших по видам добровольного страхования через банки, %	Доля в общем объеме взносов по виду добровольного страхования по рынку, %
ДСМР	42,2	18,7
Страхование жизни	29,8	16,7
Прочее личное страхование	11,0	4,5
Имущество граждан	9,9	3,6
Имущество предприятий	6,1	1,8



- страхование медицинских расходов
- страхование жизни
- прочие виды личного страхования
- страхование имущества граждан
- страхование имущества предприятий
- прочие виды имущественного страхования
- страхование ответственности

Рисунок 10. Страховые взносы в разрезе видов добровольного страхования, поступившие при посредничестве банков, за 2019 г.

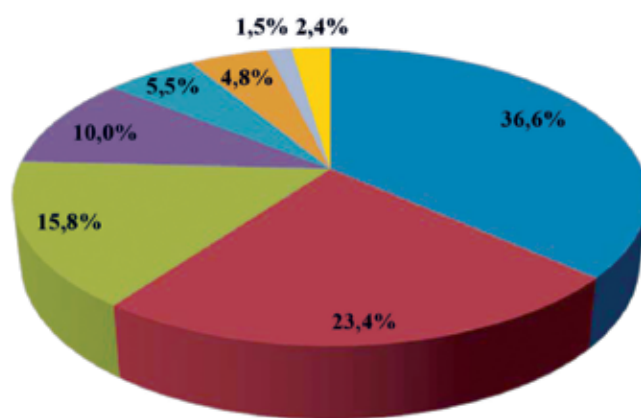
Наиболее продаваемыми через банки страховыми продуктами при этом являются добровольное страхование медицинских расходов, добровольное страхование от несчастных случаев, а также страхование транспортных средств. Лидерами среди страховщиков, чьи полисы были реализованы через банковский канал продаж, по вышеуказанным видам страхования стали ЗАО «Имклива Иншуранс», СБА ЗАО «Купала» и Белгосстрах соответственно.

Страховые организации Беларуси сотрудничают с 22 банками в части реализации страховых услуг, а это

практически полный охват банковской системы как канала продаж.

По итогам прошедшего года вершину рейтинга по продажам страховых продуктов, как и в первом полугодии 2019 года, удержал «Приорбанк» ОАО. При этом замечен существенный разрыв между первой и второй строчкой таблицы лидирующих по сборам страховых взносов банков-партнеров.

По данным в разрезе банков 42,2 % взносов, собранных по договорам добровольного страхования, приходится на добровольное страхование медицинских расходов, 29,8 % – на



- ЗАО «МТБанк»
- ЗАО «Альфа-Банк»
- ОАО «Белинвестбанк»
- ОАО «Белагропромбанк»
- ОАО «СтатусБанк»
- ОАО «АСБ Беларусбанк»
- ЗАО Банк ВТБ (Беларусь)
- Иные банки

Рисунок 11. Доля банков по взносам, начисленным по договорам добровольного страхования медицинских расходов.

страхование жизни, 11,0 % – прочие виды личного страхования.

Лидерами продаж полисов по добровольному страхованию медицинских расходов по итогам прошлого года стали ЗАО «МТБанк» (с долей 36,6 %), ЗАО «Альфа-Банк» (23,4 %) и ОАО «Белинвестбанк» (15,8 %).

Сведения о суммах начисленных страховых взносов за 2019 год по договорам страхования, заключенным при посредничестве банков

рублей

Вид страхования	Наименование страховой организации														ИТОГО
	ООО "При-орЛайф"	ЗАО "Икклива Иншуранс"	Белгосстрах	СБА ЗАО "Кулала"	ЗАО "КЕНТАВР"	ЗАО "Промтранс-инвест"	ЗАО "Белнефте-страх"	ЗАО «СК "ЭРГО"»	ЗАО "ТАСК"	Белэксим-гарант	ЗАО "Ингос-страх"	ООО "Белко-опстрах"	ЗАО "СК "Белрос-страх"	УСП "БелВЭБ Страхо-вание"	
ОСГОВТС (включая внутреннее, комплексное, пограничное, «Зеленая карта»)	0,0	0,0	6 438 964,1	0,0	0,0	1 186,4	0,0	0,0	1 042,5	12 348,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6 453 541,0
	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	63 986,4	0,0	0,0	0,0	0,0	63 986,4
	0,0	0,0	6 438 964,1	0,0	0,0	1 186,4	0,0	0,0	1 042,5	76 334,4	0,0	0,0	0,0	0,0	6 517 527,4
	0,0	400 297,3	4 918 681,7	2 184 486,6	661 499,5	962 159,6	358 925,6	34 227,8	254 637,9	90 734,8	356 932,1	174 067,3	28 589,0	23 446,7	10 448 685,9
ЮРИДИЧЕСКИЕ ЛИЦА:															
Имущество, перерыв в про-изводстве	0,0	0,0	60 410,2	13 710,0	0,0	23 677,9	17 251,2	0,0	69 833,1	72 174,1	0,0	40 380,5	0,0	22 530,2	319 967,2
Транспортные средства (КАСКО), в т.ч. с/х и спец-техника	0,0	0,0	1 792 548,7	0,0	0,0	276 481,4	89 951,2	638,4	169 831,6	18 560,7	0,0	68 856,2	0,0	916,5	2 417 784,7
Комплексное страхование имущества и гражданской ответственности	0,0	0,0	1 157 762,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1 157 762,4
ФИЗИЧЕСКИЕ ЛИЦА:															
Имущество, строения	0,0	373 087,3	0,0	106 407,3	24 098,1	0,0	11 160,4	0,0	612,5	0,0	19 425,9	60,0	28 589,0	0,0	563 440,5
Транспортные средства (КАСКО)	0,0	0,0	730 324,8	1 556 307,3	635 793,7	661 555,5	100 848,9	0,0	14 360,7	0,0	337 506,2	64 770,6	0,0	0,0	4 101 467,7
Банковские карты	0,0	25 634,8	0,0	508 062,0	1 607,7	8,4	139 713,9	33 033,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	708 059,9
Отмена поездки	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	556,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	556,3
Комплексное страхование имущества, домовладений и гражданской ответст-венности	0,0	0,0	1 177 635,6	0,0	0,0	436,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1 178 072,0
Страхование риска вклад-чиков	0,0	1 575,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1 575,2
Добровольное личное страхование	19 886 194,0	19 160 643,8	6 730 376,1	2 486 839,3	1 701 341,2	1 194 890,4	749 003,5	769 468,0	202 558,6	214 814,7	0,0	36 494,7	133 359,0	53 774,7	53 319 758,0
ДСМР	0,0	18 473 287,0	6 276 049,7	79 070,0	1 637 575,4	281 893,3	315 664,5	0,0	190 717,6	205 987,9	0,0	29 497,0	0,0	30 312,2	27 520 054,6
ВЗР	0,0	116 894,3	20 367,0	47 128,1	54 498,2	325 451,5	3 436,6	81 025,4	3 035,2	0,0	0,0	0,0	292,0	23 462,5	675 590,8
НС	0,0	570 462,5	348 263,0	2 360 641,2	1 265,0	587 545,6	360 218,0	439 100,0	8 805,8	8 826,8	0,0	0,0	0,0	0,0	4 685 127,9
НС кредитополучателей	0,0	0,0	85 696,4	0,0	8 002,6	0,0	69 684,4	249 342,6	0,0	0,0	0,0	6 997,7	133 067,0	0,0	552 790,7
Добровольное страхование ответственности	0,0	950,0	4 013,1	0,0	0,0	335,9	0,0	0,0	0,0	3 060,1	0,0	1 000,0	0,0	0,0	9 359,1
Всего по добровольному страхованию	19 886 194,0	19 561 891,1	11 653 070,9	4 671 325,9	2 362 840,7	2 157 385,9	1 107 929,1	803 695,8	457 196,5	308 609,6	356 932,1	211 562,0	161 948,0	77 221,4	63 777 803,0
ИТОГО взносы по до-говорам, заключенным при посредничестве банков	19 886 194,0	19 561 891,1	18 092 035,0	4 671 325,9	2 362 840,7	2 158 572,3	1 107 929,1	803 695,8	458 239,0	384 944,0	356 932,1	211 562,0	161 948,0	77 221,4	70 295 330,4

По данным страховых организаций Республики Беларусь

Редакция журнала «СвБ» обратилась к представителям страховщиков, которые лидируют в наших рейтингах по банкострахованию, с просьбой прокомментировать основные проблемы, с которыми приходится сталкиваться при налаживании работы с банками по продаже страховых продуктов, а также перспективы развития банкострахования.

Активная пропаганда страхования на всех уровнях



Екатерина Застольская,
директор СООО «ПриорЛайф»

СООО «ПриорЛайф» – это дочерняя компания «Приорбанк» ОАО. Поэтому у нас изначально выстраивались тесные и доверительные взаимоотношения.

Мы считаем, что высокие показатели нашей совместной работы были достигнуты благодаря финансово грамотному персоналу «Приорбанка», наличию широкой филиальной сети и постоянному потоку клиентов. Немаловажную роль также играет уровень доверия клиентов к банку (сотрудники банка консультируют о различных альтернативах депозитам; ценные бумаги, доверительное управление и пр.).

Между тем, стоит отметить, что наша страна находится на той стадии развития общества, когда еще немногие граждане понимают выгоды и полезность страхования. Это связано также с тем, что накопительные программы страхования кажутся сложными и непонятными. В этом случае наиболее правильным является активная пропаганда страхования на всех уровнях, повышение информированности клиентов и доступность страховых услуг. Обеспечение возможности донести информацию простым и понятным языком.

Если за рубежом страхование – это неотъемлемая часть жизни, то у нас о страховании дополнительной пенсии начинают задумываться перед самой пенсией, а о накопительном страховании жизни вспоминают, когда уже слишком поздно.

Широкое проникновение страховых услуг среди населения является важной социально значимой задачей. Ведь страхование дополнительной пенсии позволит обеспечить сохранение достойного уровня жизни после окончания трудовой деятельности. А накопительное страхование жизни защитит отдельные семьи, столкнувшиеся с потерей кормильца.

Тесная работа с банками позволяет охватить широкие слои населения, предоставлять им грамотную консультацию об альтернативных

способах сбережения (накопительное страхование). И это можно сделать с минимальными затратами, а также предоставить клиенту удобный способ перечисления денег.

Хочется отметить, что в настоящее время государство активно способствует популяризации накопительного страхования, предоставляя ряд налоговых льгот и преференций. Возможность воспользоваться льготой по подоходному налогу и вернуть 13 % от внесенных страховых взносов делает накопительные программы страхования привлекательными для физических лиц. А освобождение от уплаты взносов в ФСЗН, возможность отнести затраты по страхованию сотрудников на себестоимость позволяет юридическим лицам улучшить социальный пакет для своих сотрудников.

Мы считаем необходимым разработать дальнейшие мероприятия для продвижения страховых продуктов через банковский канал. Внедрять новые продукты, представляющие собой удачный симбиоз банковских и страховых услуг. Работа с банками позволит продвинуть осведомленность клиентов на новый уровень, увеличить узнаваемость, показать социальные и экономические выгоды накопительного страхования. ■

Проблем нет, есть точки совместного роста

В настоящее время банковский канал является основным каналом реализации страховых продуктов в ЗАО «Имклива Иншуранс», и тесное взаимодействие с банками – часть

нашей ежедневной профессиональной деятельности.

Опыт работы страховых компаний и банковского сектора как в СНГ, так

и на страховом рынке Республики Беларусь, подтвердил важность и перспективность банкострахования как для наших клиентов, так и для партнеров в целом. Данное направ-



Андрей Хорунжий, директор ЗАО «Имклива Иншуранс»

ление демонстрирует постоянный рост, инновационность и потенциал совместной эффективной работы как минимум в среднесрочной перспективе.

Хотелось бы сразу отметить, что в работе ЗАО «Имклива Иншуранс» проблем с партнерами нет. У нас есть точки совместного роста, которые мы успешно развиваем.

На мой взгляд, основные точки роста в 2020–2021 годах следующие:

1. Повышение уровня страховых компетенций у работников фронт-офиса и линейных руководителей, ответственных за совместные проекты со страховыми компаниями через различные системы обучения. Стремясь поддерживать и повышать уровень профессиональных компетенций кадрового состава наших партнеров, мы на постоянной основе осуществляем разработку и реализацию учебных планов для специалистов каждого уровня профессиональной подготовки отдельно, а в текущих условиях дополнительно стремимся использовать в данной системе еще и новые технологии и инструменты.
2. Реализация маркетплейсов, через систему совместных разработок страховых продуктов для клиентов банков. Мы активно развиваемся в данном направлении, разрабатывая новые на страховом рынке решения для наших клиентов и

внедряем их в банковские продукты, создавая дополнительную ценность продукта для конечного потребителя.

3. Внедрение технологии «*BIG DATA*» и формирование для клиентов страховых компаний персональных предложений по стоимости продуктов с актуальным для каждого конкретного случая объемом рисков.

4. Важным направлением в работе с банковскими клиентами является повышение уровня сервиса, в том числе за счет совместных возможностей партнеров. Мы стремимся к качественному сопровождению наших клиентов на любом этапе взаимодействия с нашим продуктом, начиная от понятного разъяснения условий продукта продавцами и заканчивая быстрым и адекватным урегулированием страховых случаев.

Обсуждая перспективы развития банкострахования в Республике Беларусь, считаем, что вопрос необходимо ставить на более глобальном уровне, основываясь на результатах работы страховых компаний за последние 3 года.

В этой связи в ближайшие 5 лет, на наш взгляд, наиболее эффективной бизнес-моделью страховых компаний (как в странах СНГ, так и в Республике Беларусь) станет партнерско-цифровая модель, которая будет отличаться своей технологичностью, продуктовой линейкой (возможно,

«нишевыми» решениями), высоким уровнем дистанционного сервиса. Драйвером роста в этой модели останется банковский канал, где форма работы, вероятнее всего, будет трансформироваться с учетом текущих потребностей и общемировых тенденций развития банковского и страхового рынков.

Как следствие, это приведет к активному использованию инструментов «*BIG DATA*» в процессе продажи страховых продуктов и созданию персонализированных продуктовых предложений. Данные инструменты достаточно новы для рынка, но уже сейчас их эффективность подкрепляется высокими результатами, полученными при сегментировании клиентской базы и персонализации предложений как для банковских, так и для страховых продуктов. По некоторым данным процент согласия при такой персонализации составляет около 80 %. Для себя мы видим эффективность использования больших данных при создании уникальных клиентских предложений, обеспечивающих максимальное удовлетворение потребностей клиентов и, как следствие, рост продаж при минимизации затрат на рекламу и другие инструменты продвижения.

Также, по нашему мнению, будущее банкострахования – за развитием «нишевых» и «ситуационных» страховых продуктов, реализуемых в определенном месте и удовлетворяющих определенные точечные потребности клиента в текущий момент времени (массовые продажи с невысокими чеками), а также за одновременным развитием комплексных пакетных решений, включающих в себя удовлетворение целого ряда потребностей клиентов в страховании, и затрагивающих максимальное количество областей его жизнедеятельности.

Таким образом, мы считаем, что рынок банкострахования в будущем будет продолжать демонстрировать рост и свою эффективность. А высокий уровень технологичности и незаменимый опыт банковского рынка позволит страховым компаниям использовать успешные кейсы в своей работе, что неизбежно приведет к росту онлайн-продаж страховых продуктов. ■

Наталья Трудолюбова,

отдел развития продуктов и управления бизнесом «Приорбанк» ОАО

Текущие показатели – это итоги масштабной работы, которая проводится совместно со страховой компанией «ПриорЛайф» на протяжении многих лет. Вместе с нашими коллегами мы прошли достаточно длинный путь, чтобы сегодня предоставлять страховые услуги самого высокого качества.

Когда мы только начинали свою работу в этом направлении, накопительные программы страхования жизни были новым и во многом непонятным для обычных людей продуктом. Для того чтобы понять выгоду и принять решение, клиенту необходимо было разобраться во всех тонкостях накопительного страхования. А это невозможно без грамотного персонала. Поэтому большой акцент мы сделали на качественной подготовке и обуче-

нии сотрудников, а также на изучении опыта продаж наших зарубежных коллег.

Сейчас ситуация несколько изменилась. Мы видим, как растет экономическая культура и финансовая грамотность населения.

Наличие накопительных программ страхования, наряду с классическими формами сбережений, постепенно становятся неотъемлемой частью и основой финансовой безопасности современного человека.

Отметим, что активный запрос на страхование жизни идет со стороны не только частных лиц, но и бизнеса. Организации заинтересованы в обеспечении сильного социального пакета для своих работников.

Кроме того, содействуют популяризации накопительных программ страхования и решения государства. Так, для физических лиц предоставлена налоговая льгота: взносы по страховому договору и страховые выплаты не облагаются подоходным налогом. Преимуществом для бизнеса является дополнительная экономия на ФСЗН и подоходном налоге, а также возможность относить страховые взносы на себестоимость.

Поэтому можно сказать, что потенциал для развития видов добровольного страхования, относящихся к страхованию жизни, действительно большой. Мы считаем, что интерес к накопительному страхованию со стороны клиентов будет только расти. ■



Василий Филонов,
ОАО «АСБ Беларусбанк»

Чтобы понять, что мешает развитию банкострахования, необходимо проанализировать текущее состояние и видеть, куда движется развитие.

Что касается банковского сектора, то здесь все очевидно, банки находятся на стадии цифровой трансформации, что подразумевает активное развитие

банковских технологий, внедрение онлайн-сервисов, создание экосистем.

Учитывая масштабы деятельности, страховой и банковский рынки на данном этапе находятся на разных скоростях технологического развития, и в этом смысле активное сотрудничество страховых организаций существенно может помочь ускорению развития и страхового рынка. А интерес у банков к страховому бизнесу достаточно высок, поскольку видят в этом потенциал и новый драйвер развития в условиях снижения процентных доходов.

Для ускорения данного процесса важно со стороны государства видеть значимость банковского сектора в развитии страхового рынка и создавать необходимые условия, возможно, путем особого регулирования посреднической деятельности для банков с учетом их специфики и потенциала.

На текущий момент для банков не совсем понятен и прогнозируем дальнейший вектор развития. С одной стороны, есть понимание необходимости развития банкострахования, с

другой – наличие ряда сдерживающих факторов.

Так, с 1 сентября 2019 года снижен предельный размер вознаграждения и введен запрет на участие посредников в заключении договоров страхования государственными юридическими лицами. К тому же банки не могут указывать себя выгодоприобретателями в договорах страхования залогового имущества, заключенных при их посредничестве, что существенно сужает возможности банков в развитии технологий банковского страхования и комплексного обслуживания клиентов. В части развития онлайн-продаж в законодательстве не в полной мере отражена специфика и особенности каналов цифрового банкинга. Банкам не предоставлена возможность реализации в электронном виде полисов обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств, что в целом повлияет на развитие технологий в моторном страховании. В то же время, без изменения технологии продаж полисов обязательного страхования в режиме офлайн с учетом низкого предельного размера вознаграждения и при

высоких трудозатратах на администрирование данный вид деятельности для банков балансирует на грани рентабельности. Излишний перечень сведений о договорах страхования, передаваемый для формирования страховых историй, и несовершенная технология заключения договоров страхования для банковского канала являются чувствительными с позиции соблюдения критериев снижения времени на проведение операций и повышения уровня лояльности клиентов банка. Актуальным является вопрос о переводе взаимоотношений в бездокументарный формат в части обмена информацией о заключенных договорах страхования, что позволит снизить затраты страховых компаний и банков на логику договоров страхования.

Перспективы развития

Несмотря на существующие трудности, в ближайшей перспективе можно прогнозировать рост банкострахова-

ния. Его темпы по-прежнему будут выше темпов роста страхового рынка в целом.

Исходя из текущей ситуации, основными драйверами роста будут являться имущественное страхование граждан и личное страхование. По мере развития цифровых технологий и совершенствования законодательства будет увеличиваться продажа страховых полисов в электронном виде.

Характерно, что, несмотря на высокий среднегодовой темп роста банкострахования в Республике Беларусь за ряд лет более 145 % против роста страхового рынка в целом 114 %, его доля в сравнении с другими страховыми рынками является низкой и составляет менее 4 % в общем страховании и около 7 % – в сегменте страхования жизни. Например, на основании разных источников, в среднем в европейских странах банкострахование занимает более 11 % в общем страховании и около 40 % – в страхо-

вании жизни, на российском страховом рынке его доля превышает 37 %, в том числе: в общем страховании – 15 % и страховании жизни – 70 %.

Высокий уровень банкострахования в сегменте страхования жизни на зарубежных страховых рынках, включая Россию, объясняется наличием так называемого «инвестиционного страхования», которого нет у белорусских страховщиков. Это связано с отсутствием у них прямого доступа к соответствующим инвестиционным инструментам на международных финансовых рынках. Сегмент классического страхования жизни для белорусских банков будет уступать общему страхованию, поскольку является менее привлекательным в связи с более низкой его эффективностью для банков в сравнении с общим страхованием. ■



Никита Козырев,
директор по розничному бизнесу
ЗАО «МТБанк»

Давайте сразу определимся с понятиями. Под банковским страхованием понимается партнерство банков и страховых компаний по реализации страховых продуктов через банковские каналы. В основном этот вид деятельности подразумевает три направления: страхование заемщиков банков, объектов залога и рисков самих банков. Сегодня с учетом значимости банковского сектора

экономики и постоянного расширения сферы деятельности банков достаточно неплохо сформировалась система банковского страхования физических лиц, и она все больше развивается. В нашем банке это направление также развивается достаточно активно.

Мы постоянно улучшаем предложение по видам страховых продуктов, разрабатываем новые предложения с учетом наших запросов. Например, именно «МТБанк» одним из первых предложил страхование процентного дохода в случае досрочного расторжения депозита. Сегодня нашим клиентам доступны следующие виды страхования:

- страхование на время поездки за границу;
- страхование домашнего имущества и гражданской ответственности;
- добровольное медицинское страхование;
- страхование водителей и пассажиров от несчастных случаев.

Один из ключевых факторов успеха в банковском страховании – предо-

ставление комплексных продуктов, объединяющих классические банковские инструменты и страховые услуги, дающие клиентам спокойствие и уверенность. Приведу несколько примеров. Например, оформление депозита и заключение страхового договора. Хорошим примером также является наша дебетовая карта «PayOkay», получая которую клиент также может бесплатно оформить страховку для поездки за границу и предоставить в визовый центр или посольство. И сделать это можно, не выходя из дома через интернет-банк.

Если коснуться сложностей и проблем, то, на мой взгляд, их несколько. Во-первых, уровень культуры страхования. К сожалению, в силу ее невысокого уровня клиенты могут отказываться от страхования в целях оптимизации расходов. Решение я вижу в повышении страховой культуры через информационные кампании и коммуникацию с клиентами с объяснением важности этой услуги.

Еще одним сдерживающим фактором, по нашему мнению, являются определенные требования к порядку оформления страховых продуктов (бланки страховых полисов) без воз-

возможности оформления таких продуктов дистанционно (это особенно актуально в сложившейся эпидемиологической обстановке), а также недоступность для коммерческих банков вариантов

обязательного страхования. Например, обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств. В нашем банке есть достаточно значительное

количество клиентов-автовладельцев, но мы не можем обеспечить их потребность в страховании в полном объеме. ■



Александр Бобко,
исполнительный директор, руководитель
направления розничного бизнеса
Альфа-Банка в Беларуси

Продажа страховых продуктов через банк – мировой тренд. Банкострахо-

вание – это удобно, так как клиент в одном месте получает банковский продукт и страховой полис. С 2019 года Альфа-Банк представил сервис «Онлайн-страхование» в мобильном банке *InSync*, и теперь клиенты могут оформить полис, не выходя из дома.

По нашим данным, до закрытия границ самым востребованным страховым продуктом был полис для выезжающих за границу. Также остается актуальным добровольное страхование медицинских расходов.

Потенциал в плане разработки новых продуктов велик: потребности клиентов в быстроменяющемся мире подсказывают новые идеи как банкам, так и страховым компаниям. У Альфа-Банка есть пул страховых продуктов, которые мы планируем представить рынку в ближайшее время.

Альфа-Банк верит в перспективы банкострахования в Беларуси. Банки в целом и Альфа-Банк в частности

инвестируют большие ресурсы в цифровой опыт взаимодействия с клиентами, постоянно развивая *digital*-каналы. Так как предложения банковских и страховых продуктов дополняют друг друга, клиент в одном месте получает комплексное предложение. Такая схема выгодна как клиенту, с точки зрения удобства получения услуги, так и страховым компаниям, которые осуществляют продажи через инфраструктуру банка. ■

Беларусь & Мир

В Беларуси подписан указ о курсовых разнице

12 мая Президентом Республики Беларусь подписан Указ № 159 «О пересчете стоимости активов и обязательств».

В целях обеспечения стабильной работы коммерческих организаций документом установлено, что коммерческие организации (за исключением банков, ОАО «Банк развития Республики Беларусь», небанковских кредитно-финансовых организаций) суммы разниц, образующиеся с 1 января 2020 г. по 31 декабря 2022 г. при пересчете выраженной в иностранной валюте стоимости активов и обязательств в официальную денежную единицу Республики Беларусь, вправе относить на доходы (расходы) будущих периодов и списывать на доходы (расходы) по финансовой деятельности в порядке и сроки, установленные руководителем организации, но не позднее 31 декабря 2022 г.

Указ вступил в силу после его официального опубликования и распространяет свое действие на отношения, возникшие с 1 января 2020 г.

Данный документ позволит минимизировать негативное влияние колебаний курса белорусского рубля, будет способствовать обеспечению стабильной работы коммерческих организаций в условиях неблагоприятной эпидемиологической ситуации в мире. ■

Statistics

ОПЕРАТИВНЫЕ ИТОГИ

Сведения о страховых взносах по договорам страхования, оформленным страховыми брокерами

№ п/п	Наименование страхового брокера	Сумма страховых взносов, руб.		Темп прироста, %
		1 квартал 2020 г.	1 квартал 2019 г.	
1	ООО «Страховой брокер Атлант-М»	4 159 979	543 428	665,5%
2	ООО Страховой брокер «СТЕ-страхование»	2 519 319	3 069 646	-17,9%
3	УП «Страховой Брокер РБЛ»	2 123 520	1 467 811	44,7%
4	ООО «Страховой брокер Белополис Плюс»	2 033 960	1 673 028	21,6%
5	ООО «ПаритетСтрахования»	1 107 982	681 295	62,6%
6	ООО «Страховой брокер Автокаско ПЛЮС»	1 061 692	930 678	14,1%
7	ООО «Страховой брокер ОлИншуренс»	816 474	—	—
8	ООО «Страховой брокер "СитиБрокер"»	777 877	675 829	15,1%
9	ООО «ПраймКонсалт Страховой Брокер»	625 443	547 541	14,2%
10	ООО «Форвард-Брокер»	613 937	577 980	6,2%
11	ООО «СтрахЭкспертГрупп»	608 838	410 365	48,4%
12	ООО «Универсальный страховой брокер»	547 102	306 380	78,6%
13	ООО «Идея Брокер»	531 041	1 888 430	-71,9%
14	ООО Страховой брокер «Стабильное завтра»	530 437	206 969	156,3%
15	ООО «Страховой брокер "ГарантИншуренс плюс"»	488 877	458 566	6,6%
16	ООО «Страховой брокер Эксинс»	413 777	189 077	118,8%
17	ООО «Страховой брокер "Максирента"»	412 350	239 444	72,2%
18	ООО «Альфа-Брокер»	382 636	271 222	41,1%
19	ООО «Страховой брокер Южный полис»	319 601	595 317	-46,3%
20	ООО «Страховой брокер "Страховая экспертиза плюс"»	306 410	294 876	3,9%
21	ООО Страховой брокер «СтарЛайф СИ»	232 833	763 144	-69,5%
22	ООО «Страховой брокер "Технологии страхования"»	176 989	66 087	167,8%
23	ООО «Страховой брокер "Альянс"»	170 358	212 007	-19,6%
24	ООО «Страховой брокер "Центр страхования"»	121 721	116 295	4,7%
25	ООО СБ «ПремиумЛайф»	115 443	—	—
26	ООО «Страховой брокер Спорт Капитал»	109 827	153 908	-28,6%
27	ООО «ЭкСпорт страховой брокер»	87 683	116 742	-24,9%
28	ООО Страховой брокер «Экспресс Страхование»	3 275	—	—
29	ООО Страховой брокер «Студия Страхования»	—	—	—
30	ООО Страховой брокер «ДСД- Страхование»	—	—	—
31	ООО «Страховой брокер «Опция»	—	—	—
32	ООО «Страховой Партнер»	—	—	—
ИТОГО		21 399 381	16 456 065	30,0%
Доля взносов в добровольных видах страхования, %		8,2	7,3	



Подписка на II полугодие 2020 года

Тел./факс: +375 17 377-38-26

Подписка в любом отделении связи

Подписной индекс:

для ведомственной подписки 006792

для индивидуальной подписки 00679