

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ МИКРОСТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ РЫНКЕ СТРАХОВАНИЯ

Рынок страхования жизни является стратегически важным сектором страхового рынка России и экономики страны. При этом существенным является качественный путь его развития, что обуславливает актуальность исследований в этой области. В статье рассмотрен один из потенциально возможных путей развития отечественного рынка страхования жизни через создание и использование бизнес-модели микрострахования жизни, направленной на страховую и финансовую защиту малообеспеченного сегмента населения по рискам страхования. Обозначены задачи, которые призвано решать микрострахование жизни. Представлена сравнительная характеристика микрострахования жизни и страхования жизни в его традиционном понимании. Предложены возможные модели организации микрострахования жизни и источники его финансирования в России. Также в статье приведены характеристика, роль и функции субъектов, составляющих организационную структуру бизнес-модели микрострахования жизни. Представлены примеры возможных продуктов по микрострахованию жизни.

Ключевые слова: микрострахование жизни; страхование жизни; страховой продукт.

Ye. V. Semyonova

Baikal State University of Economics and Law

USE OF BUSINESS MODEL OF LIFE MICRO-INSURANCE ON THE NATIONAL INSURANCE MARKET

Life insurance market is a strategically important sector of Russia's insurance market and national economy. At that, of certain significance is the qualitative way of its development, which results in research topicality in this field. The article considers a potentially possible development way for national life security market through creation and use of the life micro-insurance security business model directed at actuarial and financial protection of the lower-income population segment through insurance risks. It identifies the tasks which appeal to solution of life micro-insurance, presents a comparative characteristic of life micro-insurance and life assurance in its traditional understanding. It proposes possible models of assurance undertaking resources of its funding in Russia. Also the article puts forward the characteristic, role and functions of subjects that constitute the organizational structure of the life micro-insurance business model. It presents examples of possible products the life micro-insurance field.

Keywords: life micro-insurance; life assurance; insurance product.

В 2012 г. была разработана и утверждена Распоряжением Правительства РФ «Стратегия развития страховой деятельности в Российской Федерации до 2020 года» от 22 июля 2013 г. № 1293-р (далее — Стратегия). Основой для разработки Стратегии явилась Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г., которая была утверждена Распоряжением Правительства РФ от 17 ноября 2008 г.

№ 1662-р. Развитие страхования жизни является основополагающим фактором в решении многих задач правительственной Концепции. Прежде всего, это создание эффективной пенсионной системы на принципах страхования и накопления. Оно сформирует инвестиционный ресурс и создаст новые финансовые инструменты для населения. Развитое страхование жизни способно обеспечить глобальную конкурентоспособность финансовых рынков РФ [1, с. 130].

Стратегия включает комплекс мероприятий, направленный на развитие отечественного страхового рынка: гармонизацию законодательства; улучшение инфраструктуры; внедрение дополнительных стимулирующих мер для развития отдельных видов страхования; регулярное проведение просветительской и разъяснительной работы среди населения; создание комплексной системы подготовки и переподготовки кадров в сфере страхования. Одно из стратегически важных направлений, на котором сфокусирован комплекс мер в Стратегии — страхование жизни. Повышение значимости страхования жизни в жизнедеятельности людей, рост доверия у населения к долгосрочным финансовым инструментам, воспитание у них необходимости в организации частных (добровольных) инициатив по финансовой и страховой защите себя и своей семьи — результаты, которые должны быть получены при условии успешной реализации положений Стратегии в отношении рынка страхования жизни. Поэтому одними из наиболее значимых задач Стратегии являются следующие:

- расширение возможности использования страховых услуг разными слоями населения, в частности, малообеспеченными гражданами, а также проживающими на отдаленных от городов территориях;

- определение места, роли и порядка осуществления видов страхования, предусматривающих невысокие страховые суммы, ограниченный перечень рисков в договорах страхования, обеспечивающих их низкую стоимость, отличающихся простотой оформления договора страхования и урегулирования убытков, а также доступностью понимания для потребителя;

- расширение практики применения стандартных условий добровольного страхования, страховой терминологии для упрощения понимания и выбора страхователями конкретных страховых услуг и повышение доверия к страховщикам и институту страхования.

Безусловно, реализация положений Стратегии предусматривает взаимодействие различных субъектов страхового рынка для оперативного решения стратегических задач, а также разработки и внедрения инноваций в страховании. По нашему мнению, с учетом уровня развития отечественного рынка страхования жизни в настоящее время комплексный подход в достижении поставленных задач можно обеспечить через создание и использование такой бизнес-модели, как микрострахование жизни [3, с. 43].

Микрострахование жизни уже заслужило огромное внимание и признание на рынках страхования жизни развивающихся стран, таких как Китай, Бразилия, Индия и др. Согласно зарубежной экономической литературе, микрострахование — это финансовый механизм страховой защиты малообеспеченных людей в отношении конкретных опасностей в обмен на регулярные платежи пропорционально вероятности и стоимости риска [5, с. 6]. Другими словами, это применение страховых механизмов на «микро» (меньшем, чем на национальном) уровне общества для отдельных категорий населения.

Микрострахование жизни — не новая концепция на мировом страховом рынке, она насчитывает второе десятилетие в своей истории. Изначально

микрострахование встречалось в многочисленных неформальных механизмах, представленных как взаимопомощь в общинах среди малообеспеченных слоев населения развивающихся стран. В 1990-х гг. микрострахование жизни получило развитие в институциональной структуре как форма благотворительности (страховые продукты предлагались населению по низкой цене). Активное развитие микрофинансирования в развивающихся странах послужило толчком к становлению микрострахования как бизнес-модели, включающей в себя законодательную разработку и создание правил ведения деятельности, положений надзора, неформальных каналов дистрибуции, продуктовой линейки. Микростраховые механизмы также стали применяться в государственных программах социального обеспечения и страхования.

Физические лица, располагающие небольшими доходами, как правило, ограничены в доступе к формальным решениям рискованных ситуаций (страхование, программы социальной поддержки, в том числе профилактическое направление в здравоохранении). Превентивные меры в форме заранее осуществляемых сбережений (если таковые осуществляются) могут помочь в смягчении последствий случайных жизненных событий, однако такая экономия редко бывает достаточной, чтобы компенсировать потерю жизни или утрату здоровья члена семьи. Поэтому они прибегают к поддержке со стороны друзей, знакомых, родственников, также вынуждены продавать свои активы (автомобиль, недвижимость и прочие ценности) или брать экстренные кредиты. В виду недоступности некоторых видов формальных решений, они остаются наименее защищенными и могут пострадать из-за ограниченного диапазона доступных инструментов управления рисками. Таким образом, имеется значительный неудовлетворенный спрос на финансовую и страховую защиту от рисков, связанных со здоровьем, жизнью и жизненными событиями. Поэтому мы считаем, что микрострахование жизни в России может стать инструментом практической реализации задач Стратегии, позволит малообеспеченным слоям населения расширить доступ к формальным решениям рискованных ситуаций, а также откроет для страховщиков новые ниши бизнеса.

В связи с этим выделим задачи, которые призвано решать микрострахование жизни:

- формирование потребительского спроса на отечественном рынке страхования жизни среди малообеспеченных и территориально удаленных от городов домашних хозяйств;
- содействие росту финансовой грамотности и страховой культуры среди малообеспеченных и территориально удаленных от городов домашних хозяйств;
- создание устойчивой экономической модели развития страхования жизни;
- снижение нагрузки на государственный бюджет в области системы социального страхования через государственно-частное партнерство.

Сравнительная характеристика микрострахования жизни и страхования жизни в его традиционном понимании представлена в табл. 1.

В международной практике на микростраховом пространстве существует ряд институциональных и дистрибутивных моделей организации микрострахования жизни (табл. 2). Все они показали разную эффективность в своей жизнедеятельности.

Таблица 1

**Сравнительная характеристика микрострахования жизни
и страхования жизни**

Параметр	Микрострахование жизни	Страхование жизни
Целевой сегмент	Население, имеющее в распоряжении доход: – ниже показателя прожиточного минимума; – выше показателя прожиточного минимума и ниже показателя среднедушевого ежемесячного дохода соответствующего региона; – выше показателя среднедушевого ежемесячного дохода соответствующего региона и ниже показателя среднедушевого ежемесячного дохода по России	Население, имеющее в распоряжении доход выше показателя среднедушевого ежемесячного дохода соответствующего региона Население, имеющее в распоряжении доход выше показателя среднедушевого ежемесячного дохода по России
Характеристики продукта	Небольшие страховые суммы	Страховой продукт с различным набором опций, дополнительных страховых покрытий и параметров
	Небольшие страховые премии	
	Простой дизайн продукта с легкими для понимания условиями страхования	
Маркетинг и каналы дистрибуции	Преимущественно неформальные каналы дистрибуции	Формальные каналы дистрибуции
	Комбинированный продукт микрофинансовых организаций	Интерактивный маркетинг
Андеррайтинг	Простая практика андеррайтинга (отсутствие скрининга)	Стандартный андеррайтинг (включая медицинский и финансовый андеррайтинг)
	Гарантированная небольшая страховая сумма	Широкий диапазон гарантированных страховых сумм
	Стандартизованные правила страхования с минимальным или нулевым количеством исключений	Структурированные правила страхования к широким перечнем условий и исключений
Администрирование	Возможность осуществления нерегулярных платежей, преимущественно наличными денежными средствами	Регулярные платежи в соответствии с графиком
	Возможность предоставления более частой рассрочки страховых взносов	Варианты оплаты наличными денежными средствами, банковским переводом, кредитной картой
	Предоставление льготных периодов оплаты взносов	
Процесс урегулирования убытков	Оперативное урегулирование убытков	Урегулирование убытков в соответствии со сроками, предусмотренными в правилах страхования
	Минимальный пакет документов	Предоставление необходимого пакета документов
Управление активными	В соответствии с нормативами и правилами ведения деятельности по микрострахованию жизни	В соответствии с нормативами и правилами ведения деятельности по страхованию жизни

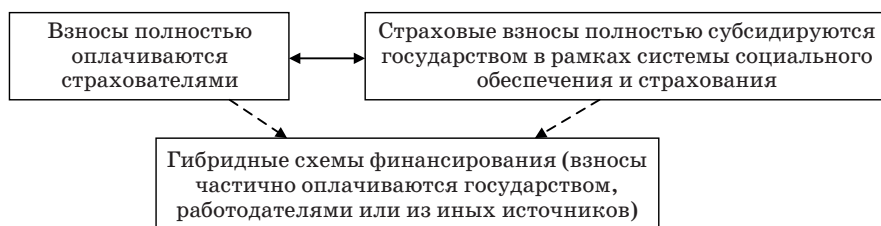
Таблица 2

Модели организации микрострахования жизни

Модель	Страны	Организация
Прямая	Юго-Восточной Азии (преимущественно в Индии)	Разработка микростраховых продуктов по страхованию жизни, использование формальных и неформальных каналов дистрибуции — как одно из направлений деятельности страховщика
Партнерство	Юго-Восточной Азии, Латинской Америки	Предусматривает взаимодействие страховщика и микрофинансовых организаций, неправительственных организаций и кооперативов при разработке совместных продуктов. При этом страховщик концентрирует риск, остальные осуществляют дистрибуцию микростраховых продуктов
Некоммерческая	страны Юго-Восточной Азии, Африки	Общества взаимного страхования, неправительственные организации, различные сообщества и кооперативы самостоятельно занимаются разработкой и распространением собственных продуктов по микрострахованию жизни
Государственно-частное партнерство	Индия, Китай	Государство в партнерстве с частным сектором (страховщики, неправительственные организации, общества взаимного страхования и др.) организуют включение микростраховых продуктов в систему государственного обеспечения и страхования
Такафул	Мусульманские страны	Страховщики самостоятельно или при поддержке иных организаций разрабатывают продукты по микрострахованию жизни с учетом исламских принципов шариата

Составлено по: [4; 5].

Исходя из характеристик моделей микрострахования жизни, можно выделить три схемы их финансирования (рис.).



Источники финансирования взносов по микрострахованию жизни

По нашему мнению, на отечественном страховом рынке законодательную жизнеспособность могут подтвердить прямая модель организации микрострахования жизни, партнерство и государственно-частное партнерство с использованием представленных схем их финансирования. Бизнес-модель микрострахования жизни также предполагает наличие определенной организационной структуры. На микроуровне организационной структуры сконцентрированы страхователи, общества различных организационно-правовых форм (работодатели, кооперативы, неправительственные организации).

Страхователями являются лица, имеющие в распоряжении небольшие ежемесячные доходы, занятые зачастую не по найму или в неформальном секторе экономики. Они могут проживать в условиях высокой городской плотности или в отдаленных от городов населенных пунктах (деревни, села, поселки), на которых нет развитой инфраструктуры (дороги, рынки, коммунальные услуги и т. д.). Как правило, они имеют низкий уровень образования и финансовой грамотности, следовательно, не осуществляют сбережений денежных средств или используют для этих целей неформальные формы сбережений (самостоятельные накопления, экономия на потреблении). При отсутствии доступа к страховым услугам, чаще всего, опираются на государственную систему социального обеспечения (пенсии, пособия, льготы), а также на самоорганизующиеся и саморегулируемые организации (общества взаимопомощи, кооперативы).

На мезоуровне сконцентрированы организации, составляющие инфраструктуру страхового рынка и являющиеся участниками страховых отношений: страховщики, перестраховщики, формальные и неформальные каналы дистрибуции, актуарии, меркетологи, аудиторы, поставщики информационных технологий, юристы.

Для осуществления деятельности по микрострахованию жизни страховщикам необходимо оценить новый сегмент рынка (размер рисков, возможный уровень спроса при условии отсутствия накопленной практической и статистической информации о целевом сегменте); продумать возможную филиальную разветвленность на территории преимущественного размещения целевого сегмента; определить каналы дистрибуции (в том числе неформальные); разработать специальное обучение кадров по микрострахованию жизни; продумать систему мотивации для поставщиков таких продуктов.

Поскольку микрострахование жизни направлено на население с небольшими доходами, каналы дистрибуции должны оптимально сочетать в себе расходы на их обслуживание и качество предоставляемого сервиса. Для этого необходимо развивать неформальные (нестраховые) каналы продаж. К ним могут относиться микрофинансовые организации, общественные организации, кооперативы, сети магазинов, профсоюзы, религиозные группы, почтовые отде-

ления, похоронные бюро, медицинские организации. Цель — расширить доступ к целевому сегменту потребителей.

Продукты по микрострахованию жизни должны разрабатываться и запускаться в интересах лиц с низким доходом. Поэтому они должны иметь структурированные правила страхования (без усложнения их специфической страховой терминологией, с наличием как можно меньшего перечня исключений); приемлемое соотношение цены и качества; гибкость условий (в том числе графика платежей); предусматривать оперативный процесс урегулирования убытков с минимальным пакетом документов.

При внедрении новых страховых продуктов страховая организация рассчитывает на определенный эффект от реализации представленного на рынке нового предложения. Страховщик должен определить стратегию запуска страхового продукта на рынок (активный, либо пассивный). И чтобы получить положительный эффект от нового страхового предложения, страховой организации следует выполнить следующие требования: установить «адекватные» страховые тарифы; через функционал продукта максимально удовлетворить потребности страхователей; перед внедрением страхового продукта на определенный сегмент рынка стоит проводить качественные маркетинговые исследования; контролировать все бизнес-процессы, связанные с продвижением и реализацией нового страхового продукта; своевременно определить потребность в новом страховом продукте и предложить его рынку; дистрибуция нового страхового предложения должна осуществляться на высококачественном уровне [2, с. 67].

Примерами продуктов по микрострахованию жизни могут быть следующие:

- продукт пенсионного страхования, ориентированный на рабочий класс, который предусматривает регулярность платежей в течение, к примеру, 60 мес., а затем дает возможность страхователю получать двойную ежемесячную выплату в течение 40 мес.;
- продукт накопительного страхования жизни с возможностью частично-го возврата взносов по истечении определенного времени, к примеру, 3 лет. Это создаст доверие к микростраховщику и снизит психологический барьер при принятии решения о страховании;
- продукты с возможностью получения ежегодно инвестиционного дохода по программе страхования уже по истечении нескольких лет (к примеру, 3–5 лет). Подобная опция создаст дополнительное потребительское удовлетворение и повысит значимость осуществления сбережений наряду с защитой по рискам страхования жизни;
- женские программы по микрострахованию жизни при реализации гибридных схем финансирования в случае, если женщина является единственным трудоспособным кормильцем в семье, имеет иждивенцев. Такие продукты подразумевают более полную защиту по сохранению ее здоровья (возможность проходить профилактические процедуры, вакцинацию сверх системы обязательного медицинского страхования) или уклон в накопительный процесс для создания сбережений на оплату учебы детей.

Успешная разработка продуктов по микрострахованию жизни зависит от слаженной работы всех участников мезоуровня. Качественные маркетинговые исследования позволяют исключить асимметрию информации по новому рынку, выявить потребности и характер целевого сегмента, их когнитивные предубеждения. Актуарии задействуют свои силы на установление приемлемого тарифа с учетом степени рисков. Юристы содействуют разработке компактных и понятных правил страхования, полисных условий. Перестраховщики могут способствовать поддержке андеррайтинга, платежеспособности

микростраховщиков. Каналы дистрибуции осуществляют поставку продуктов до потребителя. Таким образом, мезоуровень обеспечивает функционирование бизнес-модели микрострахования жизни.

На макроуровне сконцентрированы законодательные, надзорные и регулирующие органы, правительство.

Государственное участие в становлении и развитии микрострахования жизни в России может заключаться в обеспечении, во-первых, финансовых включений (доступ к финансовым услугам малообеспеченных слоев населения), во-вторых, в создании прочной нормативно-правовой базы, способной содействовать жизнеспособности бизнес-модели, в-третьих, разработке механизмов защиты прав потребителей, а также проведение просветительской и разъяснительной работы среди населения.

Роль регулирующих органов должна быть направлена на обеспечение платежеспособности и соответствия международным стандартам организаций, осуществляющих деятельность по микрострахованию жизни; защиты прав потребителей (целевого сегмента); здоровой конкуренции. В свою очередь, функции страхового надзора заключаются в лицензировании, организации ведения реестров, в осуществлении контроля над обоснованностью страховых тарифов, платежеспособностью, установление правил формирования страховых резервов для организаций, осуществляющих деятельность по микрострахованию жизни, исполнением законодательства по микрострахованию жизни. Для этого необходимо изучение опыта регулирования и надзора в странах, имеющих практику деятельности по микрострахованию жизни, а также участие в дискуссиях о совершенствовании процессов регулирования и надзора в области микрофинансирования. Роль государства, законодательных, надзорных и регулирующих органов является наиболее важной в становлении и развитии бизнес-модели микрострахования жизни на отечественном рынке страхования жизни.

Таким образом, мы считаем, что качественный путь развития страхования жизни в России может быть обеспечен через использование бизнес-модели микрострахования жизни, которая успешно применяется на рынках страхования жизни развивающихся стран и уже проявила себя как перспективный сегмент для страховой отрасли. Включение микрострахования жизни в систему социального страхования также позволит государству снизить нагрузку на бюджет, делегируя управление страховыми рисками на уровень микростраховщиков. Повышение значимости и востребованности в страховании жизни среди населения даст возможность обрести им полноценную социальную и финансовую защищенность.

Список использованной литературы

1. Андреева Е. В. Страхование жизни: социально-экономическое значение и направления развития / Е. В. Андреева, О. И. Русакова, Е. М. Хитрова. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2013. — 160 с.
2. Бахматов С. А. Маркетинг страховых организаций : учеб. пособие / С. А. Бахматов, Т. В. Колесникова. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2013. — 120 с.
3. Семенова Е. В. Инновационный путь развития страхования жизни в Российской Федерации / Е. В. Семенова // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2013. — № 5 (91). — С. 40–44.
4. Amit K. Microinsurance — risk protection for 4 billion people / K. Amit. — Sigma. Swiss Reinsurance Company Ltd. — 2010. — № 6. — P. 36.
5. Churchill C. Protecting the Poor: A microinsurance compendium / C. Churchill, M. Matul. — International Labour Organization Ltd, 2012. — Vol. II. — 640 p.

References

1. Andreeva E. V., Rusakova O. I., Khitrova E. M. *Strakhovanie zhizni: sotsialno-ekonomicheskoe znachenie i napravleniya razvitiya* [Life insurance: socio-economic significance and development directions]. Irkutsk, Baikal State University of Economics and Law Publ., 2013. 160 p.
2. Bakhmatov S. A., Kolesnikova T. V. *Marketing strakhovykh organizatsii* [Marketing of insurance organizations]. Irkutsk, Baikal State University of Economics and Law Publ., 2013. 120 p.
3. Semenova E. V. An innovative path of development of life insurance in the Russian Federation. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy*, 2013, no. 5 (91), pp. 40–44. (In Russian).
4. Amit K. *Microinsurance — risk protection for 4 billion people*. Sigma. Swiss Reinsurance Company Ltd, 2010, no. 6, pp. 36.
5. Churchill C., Matul M. *Protecting the Poor: A micro-insurance compendium*. Volum II. International Labour Organization Ltd, 2012, 640 p.

Информация об авторе

Семенова Екатерина Владимировна — аспирант, кафедра страхования и управления рисками, Байкальский государственный университет экономики и права, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: Safina555@yandex.ru.

Author

Yekaterina V. Semyonova — PhD student, Chair of Insurance and Risk Management, Baikal State University of Economics and Law, 11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russia; e-mail: Safina555@yandex.ru.