

ХОРАТА ПРЕОТКРИВАТ ЖИВОТОЗАСТРАХОВАНИЕТО КАТО НАЧИН ЗА СПЕСТЯВАНЕ

● **Интересът към този пазар расте от страна и на инвеститори, и на клиенти**

КАЛИН ДИМИТРОВ

Премийните приходи на животозастрахователните компании у нас за 2005 г. достигнаха 147.366 млн. лв., показва анализ на пазара, направен от електронния информационен сайт www.insurance.bg (виж таблицата). В сравнение с резултатите от 2004 г. приходите в бранша са нараснали с цели 45.78 процента. Ако анализираме събраните през миналата година премии с тези за 2002 г., ще видим, че те са с около 1.5 млн. лв. по-малко. Този факт не е никакъв парадокс или пък сигнал за срив на пазара, тъй като през въпросната година компанията все още залага на използването на различни схеми за намаляване данъчните задължения на техните клиенти, а не на класическо животозастраховане. Тази практика до голяма степен вече е забравена след налагането на редица законодателни ограничения. Похвално е, че след този период животозастрахователният пазар у нас вече втора поредна година отчита сериозно увеличение на приходите си (през 2004 г. ръстът на приходите беше 35.16%), печалбите и броя на застрахованите лица.

За последните 5 години премиите приходи в животозастрахователния бранш са се увеличили с 233.72 на сто. Според различни анализи и прогнози най-вероятно през 2006 г. приходите в бранша ще достигнат до около 1 над 200 млн. лева. Тези резултати са повече от обнадеждаващи, но това не е истинският потенциал на пазара.

ЖИВОТО-ЗАСТРАХОВАНИЕТО У НАС ИМА ОЩЕ МНОГО РЕЗЕРВИ

които предстои да се развият през следващите години. Показателен за това е фактът, че за миналата година средният размер на разходите за животозастраховки на глава от населението (в момента в България живеят около 7.6 млн. души) е 19.39 лева. Този резултат е обидно нисък, особено като се сравни със средните разходи, които е направил българинът през 2005 г. за застраховка на автомобила си (които по неокончателни данни възлизат на 82-85 лв. на глава от населението).

Евентуално сравнение на разходите, които прави българинът за застраховка „Живот“ с тези на гражданите на Западна Европа, е все още твърде неуместно. Причината е в голямата разлика в стандарта на живот у нас и там. Но все пак има какво да желаем и на какво да се научим. Трябва да отчетем като

положителен факта, че през миналата година в сравнение с 2004 г. разходите за животозастрахователни продукти на едно лице са се увеличили с около 7 лева. За сравнение през 2004 г. разходите за полици „Живот“ у нас на глава от населението са възлизали на 12.65 лева. Ако прогнозите за приходите на животозастрахователния бранш за 2006 г. се оправдаят, то средните разходи на човек за въпросните услуги ще набъбнат до 27 лв., или около 3 пъти повече от разходите, които е правил през 2003 година.

Похвално е също така, че хората у нас все повече сами търсят застрахователна защита, а не чакат застрахователният посредник да ги убеждава в смисъла на животозастрахователната полица. Като положителен може да се отчете и фактът, че освен чисто рисковите застраховки българинът все повече търси дългосрочни спестовни полици.

По предварителна информация около 70% от

приходите се падат на застраховките „Живот“ и рента, а на допълнителните застраховки и застраховките „Живот“, свързани с инвестиционен фонд“ - по около 8 на сто. Интересното при последната застрахователна услуга е, че тя се предлага само от 4 компании (ЗК „Орел живот“ АД, ЗАД „Алианс България живот“, ДЗИ АД и ЗАД „Булстрад живот“) и въпреки това от нея има толкова много приходи. Според всички специалисти продуктът е много добър и ще навлиза в портфейлите на все повече компании, а търсенето му сред клиентите ще нараства много сериозно.

На сравнително по-слаб интерес се радват продуктите „Постоянна здравна застраховка“ и „Женитбена и детска застраховка“, чийто общ дял в приходите на животозастрахователните компании е около 5%-6%.

КАКВА Е КЛАСАЦИЯТА НА „ОТЛИЧНИЦИТЕ“

На първо място е ДЗИ АД

чийто пазарен дял е 30.73%. Премииите, събрани от компанията през миналата година, възлизат на около 45.282 млн. лв., което е с около 59% повече от резултата, постигнат през 2004 година. По ръст на приходите се нарежда на трето място, а печалбата ѝ за 2005 г. е 5.163 млн. лв., което също е много сериозен резултат в сравнение с минали години.

Второто място е на ЗАД „АЛИАНЦ БЪЛГАРИЯ ЖИВОТ“

Дружеството е с брутен премиен приход от 36.867 млн. лева. Ръстът му спрямо 2004 г. е над

32.54%, а пазарният дял е малко над 25 на сто. Дружеството е сред лидерите по броя на нови клиенти. Печалбата след данъчно облагане за 2005 г. е 4,6 млн. лева. Целта на ЗАД „Алианс България Живот“ е през 2006 г. да предложи на пазара нови продукти с добра доходност като животозастраховки, свързани с различни инвестиционни фондове, коментираха мениджъри на дружеството. Освен това се предвижда добавяне на нови покрития към съществуващите продукти. Такова е покритието на разходите за лечение в европейски болници.

Трети по приходи е

ЗК „ОРЕЛ ЖИВОТ“ АД

която през миналата година е събрала премии в размер на 14.523 млн. лева. Ръстът в приходите ѝ в сравнение с 2004 г. е 28.88%. ЗК „Дорел живот“ АД отчита особено голямо увеличение на бизнеса си по отношение на индивидуалните клиенти. Печалбата на компанията възлиза на 310 хил. лева.

На четвърто място е „ЕЙ АЙ ДЖИ ЛАЙФ (БЪЛГАРИЯ)“ ЖЗД

Събраните от него премии към 31 декември 2005 г. възлизат на 12.799 млн. лв., което се равнява на 8.68% от пазара. Около 10.58 млн.



Пл. Ялъмов



лв. от приходите на компанията са от продажбата на застраховки „Живот“, а 2.2 млн. лв. - от „Злополука“.

Анализирайки премиите приходи на животозастрахователните компании, прави впечатление, че има сериозна концентрация в бранша.

Първите 4 дружества държат 74,29% от пазара, което означава, че за останалите 8 компании остават 25.71 на сто. Трябва обаче да отбележим факта, че лека-полека монополът на големите се руши и някои от малките компании се опитват да ги догонят. В подкрепа на това твърдение е фактът, че през 2004 г. първите 4 компании държаха 77.66% от пазара, а сега техният дял е паднал с повече от 3 на сто. За промяна на статукво-

то помагат и новопоявилите се дружества. Първата заявка вече дойде от ЗК „ДСК Гаранция“. Компанията започна работа през есента на 2004 г. и само за година и половина успя да намери своята ниша на пазара. Приходите ѝ за 2005 г. възлизат на 6.913 млн. лв., което се равнява на 4.69% пазарен дял, а ръстът на приходите спрямо 2004 г. е цели 341 процента.

Много сериозни заявки за значително по-добро представяне през тази, а и през следващите години дадоха мениджърите на Wiener Stadtische, които са собственици на ЗК „Български имоти“ и UNIQA, които имат дял в ЗК „Витоша-живот“ АД. Ръстът в приходите при първата компания е над 45%, а при втората около 91%.

РАЗБИВАНЕ НА МОНОПОЛА И ФОРМИРАНЕ НА МНОГО ГОЛЕМИ И РАВНОПОСТАВЕНИ КОМПАНИИ

Като цяло всички компании с изключение на една от кооперациите имат много сериозен ръст. Прави впечатление, че по-малките се развиват все по-уверено, и то с доста бързи темпове. Този факт, а и появата на нови играчи на пазара ще доведат до бързото му разрастване и развитие, разбиване на монопола и формиране на много големи и равнопоставени компании. Не е изключено обаче успоредно с появата на нови субекти да има реструктуриране чрез сливане, вливане и поглъщане на съществуващи компании. Всичко това пък от своя страна ще е добре за „Негово величество клиента“, тъй като ще може да ползва качествени услуги на разумна цена.

Потенциалът на животозастрахователния пазар у нас бе оценен от много инвеститори през последните една-две години. В края на 2005 г. лиценз взе „Животозастрахователен институт“ - дъщерна компания на ЗК „Левинс“. Освен нея документи за разрешително за упражняване на животозастрахователна дейност са подали холандската ING и словенската KD Group. До няколко месеца се очаква да бъде създадено и ново животозастрахователно дружество с участието на ОББ, американската застрахователна компания AIG и гръцката Etniki. Според добре осведомени източници през тази година на животозастрахователния пазар у нас вероятно ще се появят още 1-2 играчи, които също имат сериозни амбиции за развитие на този бизнес у нас.

Някои от тях се оглеждат да закупят вече действащи застрахователни компании, а други ще инвестират на зелено. Истинското присъствие на новите играчи обаче ще се усети на пазара едва през 2007-2008 година, а дотогава не е изключено да има и други желаещи да стъпят на българския животозастрахователен пазар, коментират експерти. Безспорно положително на застрахователния бранш у нас ще се отрази и предстоящото ни присъединяване към ЕС.

Бруто премиен приход на животозастрахователните компании за 2005 година:

компания	премиен приход		пазарен дял		ръст на приходите	
	към 31.12.2004 г.		за 2004 г.		към 31.12.2005 г.	
	в млн. лв.	в %	в млн. лв.*	в %	в %	в %
"ДЗИ" АД	28.472	28.17	45.282	30.73	59.04	
ЗАД "Алианс България живот"	27.815	27.52	36.867	25.02	32.54	
ЗК "Орел живот" АД	11.269	11.15	14.523	9.86	28.88	
"Ей Ай Джи Лайф (България)" ЖЗД ЕАД	10.912	10.8	12.799	8.68	17.29	
ЗАД "Булстрад Живот"	6.879	6.81	9.546	6.48	38.77	
ЗК "Витоша-живот" АД	4.809	4.76	9.184	6.23	91.01	
"Граве България" АД	5.726	5.67	7.731	5.24	35.01	
"ДСК Гаранция" АД	1.568	1.55	6.913	4.69	340.88	
ЖЗК "Български имоти" АД	1.971	1.95	2.859	1.94	45.05	
ВЗК "Добруджа-М-Живот"	1.241	1.23	0.968	0.66	-22.06	
ВЗК "Медик-Център"	0.42	0.39	0.69	0.47	64.29	
Общо	101.09	100	147.37	100	45.78	

Забележка:

INSURANCE.BG от самите компании.