

БЪЛГАРИНЪТ ВСЕ ОЩЕ НЕ СЕ Е НАУЧИЛ ДА ЦЕНИ ЖИВОТА СИ

Традиционно през март ви предлагаме анализ на годишните резултати на компаниите, опериращи на животозастрахователния пазар у нас. Като цяло дружествата от сектора не изненадаха никого с постигнатото през 2006 година.

КАЛИН ДИМИТРОВ

Премийният приход на животозастрахователните компании през миналата година достигна близо 189.832 млн. лв. (виж таблицата). Още преди около половин година специалистите прогнозираха, че ализирант приходи от порядъка на 190-200 млн. лева. В сравнение с 2005 г. животозастрахователите са постигнали ръст от около 26.5%. Сам по себе си резултатът е много добър. Ако го сравним обаче с ръста от 2005 спрямо 2004 г. (около 48.4%), се вижда, че имаме забавяне на темпа на развитие в този финансов сегмент.

Началото на 2006 г. беше обнадеждаващо за животозастрахователите, но след отчитането и на 9-месечните резултати стана ясно, че няма да се повтори ръстът в приходите от 2005 година. Причините за това са много и комплексни, но най-важните от тях са станалите банални от повторение - ниска застрахователна култура и ниска покупателна възможност на клиентите. Странното в случая е, че и самите застрахователни компании не полагат кой знае какви усилия за промяната на това негативно статукво, а продължават да се оплакват и отчаяно да викат неволята.

Не е сериозно българинът да оценява живота си в пъти по-евтино, отколкото собствения си автомобил. Анализът на резултатите показва, че през 2006 г. на всеки български гражданин се падат по около 25 лв. разход за покупка на животозастрахователни полици. В същото време приходите от продажбата на автомобилни застраховки са с около 3.5 пъти повече от тези на животозастраховането, а средната застрахователна премия, платена за един автомобил, е около 300 лева или 12 пъти повече. Странно, но факт!

Сред най-продаваните през 2006 г. си остават застраховките „Живот“ - спестовна и рискована. Техният дял в общите приходи се изчислява на над 70 на сто. Другите застраховки, които се радват на интерес от страна на клиенти,

са „Злополука“, „Живот, свързана с инвестиционен фонд“, и Допълнителна застраховка. Техните дялове в общите приходи варират между 7 и 9 на сто. Останалите животозастрахователни продукти не са сред предпочитаните и логично приходите от тях и пазарното им присъствие са незначителни. Най-сериозен ръст на приходите отчитаме при застраховката „Злополука“, а на изплатените обезщетения - при застраховка „Живот и рента“. По-малко в сравнение с миналата година са приходите по „Постоянна здравна застраховка“, като пак при нея се регистрира и най-големият спад на изплатените обезщетения. Намалелия интерес към здравните застраховки специалистите обясняват с развитието на пазара на доброволните здравноосигурителни дружества. През 2006 г. животозастрахователите отчитат и сериозно увеличение на активи и техническите си резерви, което е благоприятно за стабилното развитие на бранша.

В началото на миналата година броят на лицензираните животозастрахователни компании у нас беше 12. През последните 12 месеца още 4 компании успяха да се добият със скъпоценното разрешение - холандската „Ай Ен Джи Животозастраховане“, гръцко-американската „ОББ-Ей Ай Джи Лайф“, словенската „КД Лайф“ и френската „Кардиф“, но само първите две успяха да стартират своята дейност, а другите две ще направят прощъпулник през тази година. Като нов играч през 2006 г. може да броим и Животозастрахователния институт (собственост на ЗК „Лев инс“), който беше лицензиран в самия край на 2005 г., а започна дейността си в средата на миналата година. Друго важно събитие, което се случи на животозастрахователния ни пазар през 2006 г., е появата на такъв сериозен и голям инвеститор, какъвто безспорно е Generali.



освен че е впечатляваща като цифра за родните стандарти, е и най-добър резултат в бранша.

ТРЕТОТО МЯСТО ЗАЕМА „ДЖЕНЕРАЛИ ЖИВОТО-ЗАСТРАХОВАНЕ“

(бивша ЗК „Орел Живот“ АД) със 17.735 млн. лв. и

9.35%. Сред най-продаваните продукти на компанията се нареждат спестовната застраховка „Живот“, приходите от която са 13.76 млн. лв., както и рисковите застраховки, от които са реализирани продажби в размер на 3.9 млн. лева. Ръстът в приходите на компанията са 22.13 на сто.



Марина Миланова

Интересно е подреждането на компаниите по ръст на приходите. Първа е Синдикална ВЗК (бившата „Медик Център“) с ръст в приходите от 274.75%, втора е ЗК „Витоша Живот“ АД (ЗК „Уника живот“) със 72.23%, а на трето място се нарежда ЗАД „Булстрад Живот“ с 41.14 на сто.

Над средния за пазара ръст от 26.54% генерират още две компании, а други две отчитат отрицателен ръст. От 14-те компании, реализирали приходи през 2006 г., само 2 приключват със загуба и това са най-скоро стартиралите дружества в този сегмент, което обяснява и резултатите.

Годишният анализ показва още, че тенденцията за сериозна концентрация в бранша се запазва и през 2006 г. Пазарният дял на първите 3 компании е 64.15%, а ако към него добавим дела и на следващите 3 компании, които са на минимална разлика от последното (3-о) от лидерските места, то общият пазарен дял на 6-те водещи компании набъбва до 88 на сто. Простата аритметика показва, че за останалите 10 лицензирани компании остават едва 12%

Виенското поделение на италианската финансова група закупи миналия юли мажоритарния пакет акции на „Орел-Г Холдинг“ и по този начин стана собственик на застрахователните компании „Орел Живот“, „Орел“ и дружеството за доброволно здравно осигуряване „Закрила“.

ЛИДЕР СРЕД ЖИВОТО-ЗАСТРАХОВАТЕЛНИТЕ ДРУЖЕСТВА Е ЗПАД „ДЗИ“

с приходи от 55 млн. лв. и пазарен дял от 28.97%. Ръстът в дейността на компанията спрямо 2005 г. е около 21 на сто.



Недялко Чандров

НА ВТОРО МЯСТО Е ЗАД „АЛИАНЦ БЪЛГАРИЯ ЖИВОТ“



Пламен Яльмов

което приключи годината с приходи от 49.042 млн. лв. и пазарен дял от 25.83%. Ръстът в дейността на компанията е 33 на сто. Близо 33.75 млн. лв. от приходите си българо-немското дружество формира от продажбата на класически застраховки „Живот“, малко над 10 млн. лв. - от пенсионни застраховки и рента и 4.3 млн. лв. - от застраховка „Живот, свързана с инвестиционен фонд“. Печалбата на дружеството е 5.215 млн. лв., която

РЕЗУЛТАТИ НА ЖИВОТОЗАСТРАХОВАТЕЛНИТЕ КОМПАНИИ ЗА 2006* ГОДИНА

Компания	Премийен приход за 2005 г. (в хил. лв.)	Пазарен дял (в %)	Премийен приход за 2006 г. (в хил. лв.)	Пазарен дял (в %)	Ръст спрямо 2005 г. (в%)
ЗПАД ДЗИ	45,468	30,31	55,000	28,97	20,96
ЗАД „Алианц България Живот“	36,867	24,58	49,042	25,83	33,02
„Дженерали Животозастраховане“ АД	14,522	9,68	17,735	9,35	22,13
„Ей Ай Джи Лайф (България)“ ЖЗД ЕАД	15,235	10,16	15,974	8,41	4,67
ЗК „Витоша-живот“ АД	9,184	6,12	15,818	8,33	72,23
ЗАД „Булстрад Живот“	9,545	6,36	13,472	7,10	41,14
„Граве България“ АД	7,731	5,15	10,516	5,54	36,02
ДСК Гаранция“ АД	6,913	4,61	4,750	2,50	-31,28
ЖЗК „Български имоти“ АД	2,859	1,91	3,446	1,82	20,53
„Синдикална ВЗК“	0,701	0,47	2,627	1,38	274,75
ВЗК „Добруджа-М-Живот“	0,987	0,66	0,816	0,43	-17,33
„ОББ - Ей Ай Джи Лайф Застрахователно дружество“ АД	-	-	0,395	0,21	-
„Ай Ен Джи Животозастраховане“	-	-	0,214	0,12	-
„Животозастрахователен институт“ АД	-	-	0,027	0,01	-
ОБЩО	150,012	100	189,832	100	26,54

* Резултатите за 2006 година са предварителни. Данните са предоставени от застрахователните компании.