

*Жители России в 2012 г. потратили на страховку в среднем 1% доходов, или 2756 руб., что на 27% больше результата 2011 г., подсчитали в «Эксперте РА».*

По данным ФСФР, в 2012 г. страховщики продали полис каждым 9 из 10 жителей страны (887 полисов на 1000 человек). То есть на каждого экономически активного гражданина приходится два полиса, говорит руководитель отдела рейтингов страховых компаний «Эксперта РА» Алексей Янин.

Полис автокаско имел каждый 10-й автовладелец, полис добровольной автогражданской ответственности – каждый седьмой, говорит он, при этом полис страхования от несчастного случая имели три из четырех заемщиков банков, а каждый 15-й заемщик имел полис страхования от потери работы.

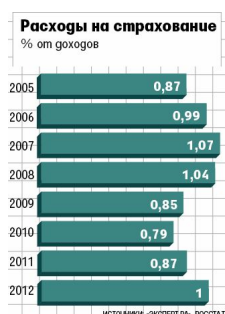
В среднем гражданин тратил на страховку 1% от доходов в 2012 г. Это не рекорд (см. таблицу). Несмотря на относительно небольшие затраты россиян, страховой ретейл в 2012 г. рос существенно быстрее корпоративного страхования: 27,7% против 17,3%. По оценкам «Эксперта РА», розница в 2012 г. выросла на 85,7 млрд и принесла страховщикам 395 млрд руб. В 2013 г. может вырасти еще на 18%, а сборы в ретейле составят половину рынка, говорит Янин.

Суммарный объем комиссии, уплаченный страховым посредникам в рознице, составил около 100 млрд руб. Тенденция последних лет – развитие продаж через нестраховых посредников вроде ретейлеров, салонов связи, авиакомпаний, подчеркивает Янин. «Нестраховые посредники – это один из ключевых каналов продаж, быстро развивающийся и с очень хорошими перспективами», – считает вице-президент «Ренессанс Страхования» Юлия Гадлиба.

Несмотря на заметный рост взносов, охват населения страхованием практически не увеличивается, подчеркивает Янин. Доля страхования некредитных автомобилей так и не смогла превысить 40%, говорит исполнительный вице-президент МСК Сергей Ефремов. Главная причина, сдерживающая рост, – чувствительность населения к цене страхования, замечает он. Клиенты, покупающие добровольную страховку, предъявляют четкие и высокие требования к продукту и сервису, но вместе с тем не всегда готовы

оплачивать свой выбор, констатирует он, это сдерживает страховщиков, немногие из которых готовы и умеют гибко работать с такими запросами.

«Глобальная задача состоит в том, чтобы клиент стал воспринимать страховую компанию в новой роли», – говорит Гадлиба: как партнера, который решит проблему целиком – поможет получить необходимый ремонт, проверит, что установлены оригинальные запчасти, решит проблему с очередями на ремонт. За 10 лет число обращений за выплатами выросло в 100 раз, говорит замруководителя ФСФР Игорь Жук, при этом структура урегулирования убытков остается практически без изменений, это не повышает доверие клиентов к рынку. Чтобы розница быстрее развивалась, считает Жук, страховщикам нужно активнее развивать электронные продажи и урегулирование убытков через Интернет, что приведет к сокращению издержек и позволит тратить больше на клиентский сервис и новые продукты.



Источник: [Ведомости](#), № 136, 31.07.13

Автор: Нехайчук Ю.