

Продажа страховок через Интернет сдвигается с мертвой точки. По данным рейтингового агентства RAEX («Эксперт РА»), в 2015 году темпы прироста взносов сегмента «директ-страхование» составили 17% и существенно опередили темпы прироста рынка страхования в целом (рост на 3,6% за прошлый год). Эксперты полагают, что это только начало.

Рост страхования напрямую можно легко объяснить.

– Отсутствие посредника между страховщиком и клиентом, что позволяет сократить издержки и снизить стоимость полиса, а также необходимости личного посещения филиала или офиса делают «директ» привлекательным и удобным для страхователя, – говорит младший директор по страховым рейтингам RAEX Ольга Скуратова.

Покупка полиса онлайн позволяет экономить не только время: нет необходимости посещать офис компании. Она дает возможность в спокойной обстановке ознакомиться со всеми предложениями, выбрать лучшее, адекватное предложение.

– Покупка полиса в Интернете также избавляет клиента от бумажной волокиты: полис всегда доступен в электронном виде в мобильном приложении, в личном кабинете на сайте, в почтовом ящике – разумеется, электронном, а также в Wallet (бывший Passbook), – поясняет директор департамента электронной коммерции «АльфаСтрахования» Александр Прокопчук. – Кроме того, она дает и финансовую выгоду клиенту. Если по ОСАГО стоимость одинакова во всех каналах продаж, то при покупке каско онлайн могут быть доступны предложения, которых нет в «офлайне», – добавляет он.

По оценкам RAEX, в абсолютных цифрах объем сегмента «директ-страхование» в 2015 году вырос на 1,2 млрд рублей и достиг 8,2 млрд рублей. Основной вклад в прирост взносов в 2015 году обеспечили страхование выезжающих за рубеж (+310 млн рублей), что произошло в основном за счет падения курса национальной валюты и удорожания стоимости полисов в рублевом эквиваленте, и ОСАГО (+480 млн рублей). В 2015 году, по данным ЦБ, реальный курс рубля обесценился на 5,7% к доллару и на 6,6% к евро. Поскольку базовый набор полиса страхования по выезду за рубеж (ВЗР) включает в себя медицинские и медико-транспортные расходы, номинированные в инвалюте, то из-за обесценения рубля страховая сумма в рублевом эквиваленте также выросла. И это

привело к росту стоимости страховых полисов.

Пока крупнейшие привлечения через Интернет приходятся на страхование автокаско (его доля по итогам года составила 31%), ДМС (19%) и страхование от несчастных случаев и болезней (16% за 2015 год). Однако, по мнению участников рынка, большое будущее у электронного ОСАГО: с 1 июля 2015 года компаниям разрешили их продавать онлайн, что уже выразилось в заметном приросте, а согласно принятым поправкам в законодательство, с 2017 года ЦБ обязал всех страховщиков продавать полисы ОСАГО только в электронном виде.

Директ-страхование в компании «ВТБ Страхование» прирастает в два раза каждый год, говорит директор по электронной коммерции «ВТБ Страхования» Дмитрий Литовченко.

– Мы видим серьезные перспективы в данном направлении. Поколение людей, которые привыкли находить Wi-Fi в каждом кафе, уже с меньшей вероятностью пойдет в традиционные офисы за покупкой страховых продуктов, – говорит он. – Однако это вовсе не означает полное закрытие офисных продаж: страхование – не такой простой продукт, и живые консультации со специалистами будут иметь место всегда. Но простые и спонтанные продукты, а также пролонгации по действующим договорам и очередные взносы в скором времени в подавляющем большинстве будут происходить онлайн, – заключает Литовченко.

– Продажи в онлайн-канале показывают уверенный рост: неплохой «пинок» этому в том числе дал запуск продаж электронного ОСАГО, – говорит Александр Прокопчук. – На данный момент, разумеется, объемы сборов в онлайн-канале несоизмеримы с традиционными каналами продаж, но я в него верю: думаю, уже через 3–5 лет мы увидим серьезную, ощутимую долю онлайн в общем объеме страхования.

Ссылаясь на данные «АльфаСтрахования», Прокопчук отмечает, что наибольшими темпами растет электронное ОСАГО, а также полисы для выезда за рубеж и путешествий по России, даже несмотря на то что рынок туризма переживает нелучшие времена. Также есть положительная динамика в страховании онлайн домов и квартир.

Страховые компании, инвестирующие в digital-технологии, понимают, что

онлайн-страхование – это хороший способ снижения издержек и упрощение документооборота.

– Кроме того, инвестиции в диджитализацию и онлайн-сервисы дают компании возможность предоставлять своим клиентам совершенно иной, более высокий, уровень сервиса, – говорит Александр Прокопчук.

По мнению Ольги Скуратовой, в 2016–2017 годах на динамику сегмента «директ», помимо введения обязательной продажи е-полисов ОСАГО, окажет влияние расширение списка видов страхования жизни, по которым можно будет заключать договоры в электронном виде (закон уже одобрен Советом Федерации 15 июня 2016 года). Негативом может послужить сокращение турпотока за рубеж, однако компании здесь могут переориентироваться на продажу страховок для путешествий внутри России.

По словам Дмитрия Литовченко, каско, ипотечное страхование и страхование жизни долгое время будут оставаться в «офлайне», зато остальную розницу можно «смело делить 50 на 50 (офлайн и онлайн) в перспективе пяти лет».

Пока доля директ-страхования невелика: в общем объеме страхового рынка она по итогам 2015 года составила 0,8%, и за год прибавила 0,1 процентного пункта, указывает RAEX. Агентство уточняет, что объемы взносов по ОСАГО в сегменте «директ-страхование» оцениваются исключительно на основе анкет, предоставленных компаниями. По данным ЦБ, доля покрытия у интернет-страховок ниже – 0,3%, по итогам I квартала 2016 года она подросла до 0,35%.

Представитель ЦБ сообщил «Известиям», что в основном через Интернет приобретаются недорогие полисы страхования выезжающих за рубеж.

– Тем не менее мы считаем, что развитие электронного страхования является правильным и полезным направлением как для потребителя, так и для страхового рынка, – говорит представитель регулятора. – На наш взгляд, способствовать развитию этого канала будет в том числе и реализация принятых Госдумой законов – об обязательных продажах полисов ОСАГО, а также о заключении в электронном виде

договоров пенсионного страхования и страхования жизни.

Немаловажную роль в развитии этого направления должно играть и само страховое сообщество, в том числе принимать меры, направленные на ускорение внедрения процесса реализации услуг в электронном виде, считают в ЦБ.

Источник: [Известия](#) , 17.06.16

Автор:  Орловская О.