

Франшиза – очень модная тема для российских страховщиков. И это понятно: розничное автострахование в России развивать очень сложно, все страховщики бесконечно, из года в год балансируют между необходимостью сдерживать тарифы, выплачивать все до копейки за каждую царапину, а также развивать клиентский сервис (что бесплатно, как известно, не бывает). И хорошее продвижение и распространение франшизы могло бы из этой замкнутой цепи изъять хотя бы одно звено: за мелкий ремонт клиент мог бы платить самостоятельно, разгружая страховую компанию финансово и уменьшая очереди в центрах урегулирования претензий.

Казалось бы, почему нет? – страховка с франшизой сильно дешевле, клиент должен «брать». Но почему-то не хочет, «не берет». Не приветствуют страхование с франшизой и банки-кредиторы, которым по понятным причинам хочется получить полную стоимость залогового имущества, если автомобиль, например, угонят или разобьют без возможности восстановления.

В итоге годами проблема остается: дорогие страховки сопровождаются очередями в страховых компаниях, медленным оформлением выплат или ремонтов. Не рад никто: клиенты злятся, страховщики зашиваются. И, как очень часто бывает в российском страховании, выхода нет.

Хотя мне кажется, что выход очевиден: франшизу надо продавать на втором году эксплуатации автомобиля. Первый год, когда автомобиль новый, клиент хочет (и, наверное, он прав) застраховать его на полную стоимость. Если клиент отъездил без убытков или убытки были не по его вине (а значит, страховая компания имела возможность получить регресс), ему снова предлагается страховка без франшизы и, возможно, даже с понижающим коэффициентом.

А вот если клиент убыточен, то ему должно быть предложено два варианта страховки на второй год: или франшиза, или хороший повышающий коэффициент. При этом никто не мешает страховщику выставить на бесфраншизный полис такой тариф, что клиент подумает сто раз, прежде чем такой полис оплачивать. Так неаккуратных водителей можно вполне цивилизованными методами «подталкивать» не только к покупке

страховки с франшизой, но и к более взвешенной езде.

При этом в такую страховку вполне возможно ввести специальное условие для «кредитных машин» о 100-процентном возмещении ущерба в случае угона или тотальной гибели – это снимет все вопросы со стороны банка-кредитора.

В этом сценарии, конечно, масса технических сложностей. Прежде всего, страховой компании нужен очень совершенный механизм учета убытков и классный андеррайтинг при заключении договора на второй год страхования. Но если страховщик настроен на реальное развитие на рынке, то его ИТ-система обязана эти проблемы решать.

Еще очень важно, чтобы у клиента не было возможности перейти в другую страховую компанию с чистой страховой историей. А это значит, что речь сразу же заходит о единой базе, в которую автостраховщики могли бы сгружать сведения о водителях и их убыточности. Но ведь с ОСАГО этот вопрос, можно считать, практически решен. Почему то же самое нельзя реализовать для другого вида страхования?

Все, увы, снова упирается в правила игры: рынок не будет развиваться цивилизованно, по красивым европейским сценариям, пока его участники будут действовать по понятиям. Если страховщики смогут договориться об этом, привлечь к решению этой проблемы страховые объединения, а потом честно соблюдать установленные раз и навсегда правила, то у автострахования появится серьезный ресурс для развития. И наконец аккуратные водители получат возможность нормального обслуживания в страховых компаниях, а сами страховщики – нормальные прибыли.

Источник: Клерк.ру , 22.04.13

Автор: Сергей Олесюк, генеральный директор ООО «Лаборатория страхования»