

Игорь Фатьянов: рынок движется к страховым продуктам «здесь и сейчас», а главным активом компании остаются люди

Генеральный директор ГК Зетта Страхование Игорь Фатьянов в интервью программе «Компании и люди» на телеканале «ПРО БИЗНЕС» назвал главные тренды, трансформирующие страховую отрасль, и рассказал, как компания адаптируется к новой реальности. По его словам, принципиальная суть страхового бизнеса — компенсировать людям потери и возвращать их к привычной жизни — не изменилась, однако масштаб и инструменты работы стали другими: рынок вырос до 4 трлн рублей, пройдя путь от рукописных полисов до полностью виртуальной среды.

Одним из ключевых драйверов сегодняшнего дня Игорь Фатьянов назвал нарастающую популярность отказа от владения в пользу аренды и сервисов по запросу, именно в тот момент, когда они нужны. «Вам уже необязательно покупать страховку на год, можно подключить ее здесь и сейчас: на одну поездку в каршеринге или на время, когда вы передаете автомобиль другому лицу или арендуете квартиру, даже на короткий срок». «Зетта Страхование» не только наблюдает этот тренд, но и формирует под него технологическую базу. Компания уже выдает до миллиона краткосрочных полисов в день, а также постоянно разрабатывает вместе с партнерами такие уникальные продукты, как почасовое каско, которое можно приобрести, буквально не выходя «из-за руля», например, в сложных погодных условиях.

Не менее значимым трендом рынка, набирающим обороты в последние два-три года, стало страхование киберрисков. Игорь Фатьянов отметил, что в цифровой экономике появляются принципиально новые, нематериальные активы — базы данных, софт, системные решения, ущерб которым становится вполне материальным. Если раньше средний убыток в этом сегменте составлял около 50 млн рублей, то сегодня фиксируются случаи с ущербом в 100–150 миллионов. Атакам вирусов-шифровальщиков подвергаются розничные сети, промышленные предприятия и финансовый сектор. «Стоимость киберзащиты очень высока, а оценить ее эффективность, в отличие от физической защиты, крайне сложно, — подчеркнул он. — Поэтому роль страхования здесь существенно выше. Именно полис дает бизнесу то самое спокойствие и уверенность, которые невозможно «потрогать» в цифровом пространстве».

Для того чтобы успешно работать в новых условиях, «Зетта Страхование» сделала ставку на прагматичное внедрение технологий. В компании создана «песочница инноваций», где постоянно тестируются новые решения. Те из них, которые доказывают свою эффективность, внедряются в бизнес-процессы. Как рассказал Игорь Фатьянов,

отлично зарекомендовали себя системы распознавания образов для урегулирования убытков и борьбы с мошенничеством, а также обработка больших данных, позволяющая, к примеру, выявлять точки на карте крупных городов, проезд через которые повышает вероятность аварии. При этом, подчеркнул он, страховщики не гонятся за хайпом, а внедряют зрелые технологии: большие языковые модели пока не дали «вау-эффекта» в отличие от классических моделей оценки рисков, которые, в отличие от сложных нейросетей, позволяют четко интерпретировать, почему для конкретного водителя установлена та или иная стоимость полиса.

Отвечая на вопрос о сдерживающих факторах развития рынка, Игорь Фатьянов выделил главный — располагаемый доход населения, с которым напрямую коррелирует востребованность страхования. Однако при сопоставимом уровне дохода культура страхования в России находится на очень высоком уровне, а по ряду параметров, например, в сравнении с южными регионами Европы, даже превосходит их. «Но главным фактором роста нашей компании являются даже не технологии, а адаптивность, которую создает команда, люди, восприимчивые к новым подходам», — заявил он.

Говоря о планах «Зетта Страхования» на ближайшие годы, Игорь Фатьянов обозначил несколько точек роста. Наряду с развитием ситуативных продуктов и киберстрахования, компания намерена активно работать с экосистемами, которые он назвал новой волной экономического уклада. Вслед за автодилерами, банками и телекомами, сегодня такими центрами притяжения становятся маркетплейсы. «Это колоссальный пласт сложных логистических решений, частных ПВЗ, продавцов и покупателей, — пояснил Игорь Фатьянов. — Здесь нужен отдельный комплекс страховых продуктов: от защиты грузов во время доставки до страхования имущества владельцев пунктов выдачи и гигантских логистических хабов». Рецепт дальнейшего развития компании остается неизменным: находить талантливых профессионалов, мотивировать их и направлять туда, где их усилия наиболее востребованы новыми растущими сегментами экономики.

Википедия страхования, 26.03.2026 г.