Почти треть опрошенных хотели бы заранее понимать размер выплаты

Почти половина, 48% россиян, имеют опыт покупки страховых полисов через интернет, показало исследование СберСтрахования, проведённое в преддверии первой страховой конференции Сбера «Страхование 2030. Технологии будущего для людей». При этом респонденты считают, что цифровые клиентские пути можно сделать удобнее: 31% из них хотели бы заранее понимать размер возможной страховой выплаты, 20% — сравнивать несколько вариантов полисов на одном экране, а 18% — быстро получать консультацию специалиста.

Среди ключевых преимуществ цифрового канала респонденты называют возможность оформить полис без посторонней помощи (27%), привычность такого способа получения услуг (11%), скорость и доступность онлайн-сервисов (по 8%).

Большинство, 51% респондентов, имеющих опыт покупки полиса онлайн, делали это на сайте страховой компании. Ещё 28% использовали сайты или приложения банков, 14% — мобильные приложения страховщиков, а 7% — маркетплейсы. Чаще всего через интернет покупали полисы ОСАГО (80%), каско (12%), спортивные страховки и ипотечное страхование — примерно по 3%.

Исследование также позволило определить, какие элементы клиентского пути особенно важны при самостоятельном оформлении полиса. Чаще всего респонденты хотели бы иметь возможность быстро получить ответ на возникающий вопрос — об этом сообщили 36% опрошенных. Ещё 17% отметили важность помощи в выборе подходящего страхового продукта, 12% — понятного порядка получения готового полиса, а 7% — удобного процесса оплаты.

Александр Абрамов, исполнительный директор СберСтрахования: «Сегодня 52% россиян, которые оформляют страховые полисы, делают это только или преимущественно офлайн — через агентов, в офисах страховых компаний или отделениях банков. При этом для 43% из них такой выбор связан прежде всего с привычкой. Ещё 28% опасаются мошенничества или сомневаются в подлинности электронного полиса, а 15% не хотят самостоятельно разбираться в условиях страхования. Но мы видим, что люди всё активнее пользуются цифровыми сервисами в самых разных сферах жизни. Страхование не исключение: со временем онлайн-оформление полиса будет таким же привычным и простым действием, как заказ такси или продуктов. Исследование чётко показывает, что люди хотят понимать при

покупке защиты в цифровых каналах. И хотя нельзя определить размер выплаты заранее, в наших силах отразить максимальные суммы в рамках застрахованных рисков и дать ориентиры, которые помогут каждому выбрать релевантное для себя покрытие. Наша задача — уже сейчас последовательно совершенствовать клиентский путь, чтобы переход в онлайн был для человека естественным, а покупка полиса — максимально простой, понятной и удобной».

Исследование проводилось в октябре 2026 года среди жителей 37 российских городов с населением более 500 тыс. человек.

Википедия страхования, 11.11.2026 г.