



*Рейтинговое агентство «Эксперт РА» подготовило исследование «Структура российского страхового рынка по каналам продаж в I полугодии 2012 года: больше банков, меньше брокеров». По данным ФСФР за I полугодие 2012 года, крупнейшими каналами продаж на российском страховом рынке были прямой канал (38%) и агентский (30%).*

Как показало исследование, самым динамично развивающимся и самым дорогим каналом продаж является банковский. По прогнозам агентства, доля этого канала продаж за три года может вырасти с 11% до 20%. Рост продаж страховых продуктов активно планируют и сами банки. По результатам опроса, проведенного «Экспертом РА», почти половина банков ожидают, что не позднее 2015 года более 10% прибыли они будут получать за счет страховщиков, такой показатель в настоящий момент имеет лишь 6% банков.

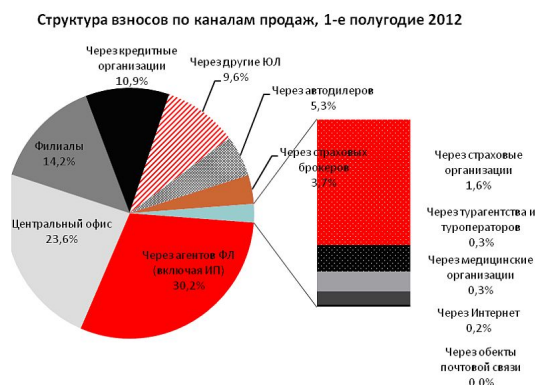
«По структуре каналов продаж Россия схожа с Францией и Испанией. Ключевое отличие России заключается в том, что у нас нет конкуренции между каналами продаж, а есть соперничество между страховщиками за посредников, – комментирует Алексей Янин, руководитель отдела рейтингов страховых компаний «Эксперта РА». – Подобная ситуация не стимулирует страховых посредников к качественному развитию. Изменить ситуацию извне можно путем регулирования посредников либо изнутри через развитие офисов продаж страховых компаний и direct insurance».

По подсчетам аналитиков агентства, комиссии банкам почти в 2 раза превышают средний размер комиссии страховым посредникам (36% против 20%), доля этого канала продаж будет только увеличиваться. Драйверами роста являются развитие страхования жизни и традиционное страхование заемщиков по потребительским и ипотечным кредитам. В настоящее время банки активно разрабатывают и принимают стратегии продаж страховых продуктов, об этом заявили 2/3 кредитных организаций, опрошенных «Экспертом РА», и планируют значительный рост доходов за счет комиссионного вознаграждения. По данным ФСФР, за I полугодие 2012 года объем комиссии, уплаченной банкам, составил 16 млрд рублей.

Ключевым каналом продаж на российском страховом рынке являются прямые продажи, при этом на продажи через Интернет приходится лишь 0,2% взносов. Общая доля прямых продаж в I полугодии 2012 года, по подсчетам агентства, составила 38% от взносов. В основном через прямой канал продается корпоративное страхование, доля розничных страховых продуктов сравнительно невелика – 16% по страхованию автокаско, 13% по страхованию прочего имущества граждан. При этом менее 20% опрошенных нами страховых компаний ожидают увеличения доли прямых продаж через колл-центры, 40% опрошенных вообще не планируют работать с этим каналом продаж».

Развитие агентского канала на страховом рынке напрямую зависит от его регулирования (закрепления агентов за одной страховой компанией либо разрешения на работу с несколькими страховыми компаниями при условии сертификации). Из-за того что многие страховщики предпочитают не вкладываться в долгосрочные отношения с агентами, а «переманивают» их более высокой комиссией, в России крайне распространена миграция агентских сетей.

Доля брокерского канала продаж во взносах в России не превышает 4%, тогда как в европейских странах этот показатель колеблется от 10% до 60%, а в Мексике и Бразилии равен соответственно 50% и 72%. Даже в традиционно брокерских сегментах (в страховании авиарисков, морских рисков и страховании прочего имущества юридических лиц) доля брокерского канала не превышает 7%. Исключение составляет ДС ОПО (доля брокеров – 23%). Основные причины слабости брокерского канала продаж – отсутствие регулирования, проблема использования чужих баз данных и высокая доля мошенничества. Его будущее развития зависит от изменения нормативной базы и законодательного закрепления ответственности.





*Источник: «Эксперт РА» по данным ФСФР*

**Источник: [www.wiki-ins.ru](http://www.wiki-ins.ru), 21.11.12**