

*Российский рынок страхования сейчас развивается гораздо быстрее, чем американский или европейский, стараясь перенять наиболее эффективные зарубежные практики, модели, инструментарий и опыт. Приживутся ли они на нашей почве?*

## **Дорога в сеть**

После расформирования ФСФР и передачи функций надзора и регулирования страхового рынка в Банк России страховая отрасль оказалась на перепутье, поэтому вопросы развития рынка в значительной степени зависят от того, какую позицию займет новый регулятор. Большинство опрошенных «Деньгами» экспертов высказались за консервативный сценарий развития событий: Центробанк пойдет по пути преемственности.

Как бы то ни было, новые инструменты будут появляться, ведь это выгодно и страховщикам, и клиентам, и государству. В первую очередь речь может идти о страховой продуктовой «линейке будущего», предназначенной для физических лиц. Именно в этом сегменте появляется больше всего инновационных продуктов – как на Западе, так и в нашей стране, именно здесь нестандартные технологии пытаются реализовать в первую очередь.

Рынок корпоративного страхования тоже нельзя назвать консервативным, но инновационная активность здесь значительно ниже. И как говорит генеральный директор СК «Альянс» Хокан Даниелссон, «главное, чего нет в России, но давно есть на Западе, – корпоративное пенсионное обеспечение, за счет которого формируется основная часть пенсии работающего населения. Сейчас российские работодатели не обеспечивают своим работникам достаточную пенсию».

В большинстве других стран работодатель отчисляет больше средств на пенсионный счет своего сотрудника. «В России данный продукт (unit-linked) на сегодня запрещен, а имеющиеся налоговые льготы не являются достаточным стимулом для работодателя для развития подобного пенсионного обеспечения, – подчеркивает Даниелссон. – Думаю, в России корпоративное пенсионное обеспечение получит развитие, так как оно выгодно как государству в целом, так и населению. Оно высвобождает бюджетные средства и дает возможность использовать государственные деньги и налоги для обеспечения

нетрудоспособного населения».

В ближайшие годы главным трендом, по мнению экспертов, станет перевод страхования в электронную форму – оформление полисов через Интернет. Такая форма продаж не только выгодна страховщику, так как существенно снижает транзакционные расходы, но и очень удобна для страхователя. «Степень проникновения прямого страхования достаточно высока в Западной Европе: например, в Великобритании его доля составляет более 30%, в Германии – около 10%. Спрос на услуги online-страхования растет в Западной Европе на 14–15% каждый год, на менее развитых рынках – на 40%», – говорит управляющий директор по розничному страхованию СОГАЗа Антон Воронцов.

Вместе с тем директор департамента аналитики и развития «АльфаСтрахования» Кирилл Варламов отмечает: «Электронные продажи страховых услуг, безусловно, очень перспективный сегмент, но даже через десять лет доля сборов в онлайн вряд ли превысит 10% общего объема сборов. Правильно будет сказать, что онлайн-страхование станет для страховщиков дополнительным дистанционным каналом продаж, который будет приносить пусть и большую, но ограниченную долю сборов».

Наибольшее распространение онлайн-страхование получит среди автовладельцев, уверены эксперты. Но до того, как эта услуга станет широко востребованной в нашей стране, страховым компаниям помимо проблем с верификацией платежей предстоит решить много других вопросов. Например, как заключать новые договоры по каско без проведения осмотра. «Согласитесь, заманчиво: купить автомобиль, зайти в приложение страховой компании на своем iPhone и, сделав несколько фотографий, подтвердив списание денежных средств со своего банковского счета, получить подтверждение, что твой автомобиль застрахован», – рисует картину будущего Антон Воронцов.

В сфере онлайн-страхования еще более востребованными станут продукты по страхованию туристов. Их в достатке уже сейчас, но в дальнейшем произойдет качественный скачок. «В момент покупки билетов на самолет или бронирования отеля туристу на сайте онлайн-трэвел-агентства (ОТА) будет предлагаться комплексное решение – добавить к своему заказу страхование от невылета, страхование квартиры на время отсутствия, расширенный полис для выезжающих за рубеж (ВЗР) и др., – рассказывает Кирилл Варламов. – Примеры таких продуктов есть уже сейчас, их реализует наша компания на сайтах ОТА. В основном это полисы страхования от несчастных случаев и багажа на время полета и ВЗР».

## **Практика новой жизни**

Отдельную нишу на рынке займут максимально персонализированные продукты, основанные на мобильных технологиях. Например, продукты Pay-As-You-Drive, адресованные автовладельцам. Клиенту предлагается страхование, основанное на анализе его индивидуального стиля вождения, также учитывается, когда, где и сколько он водит машину. Так, аккуратный водитель, избегающий поездок в часы пик и в центр мегаполиса, может экономить до 50% стоимости страхования. «В этих продуктах иногда предполагается и постоплата (месяц катаешься, в конце месяца платишь), – рассказывает директор по развитию страхования СК «МАКС» Алексей Володяев. – Первоначально для такого страхования было необходимо установить в автомобиль специальный модуль, который вел трек GPS, фиксировал ускорения, время и т.п., после чего передавал эту информацию на сервер страховщика для обработки. У модуля была и дополнительная функция: при экстремальных перегрузках он идентифицировал автомобиль как попавший в аварию и самостоятельно подавал сигнал бедствия в аварийные службы. Если водитель после аварии находится в бессознательном состоянии, такая функция вполне может спасти ему жизнь».

Зарубежные страховые компании пошли дальше и сейчас начали предлагать клиентам вместо отдельного устройства установку небольшой программы в смартфон, в котором уже есть встроенные GPS, акселерометр и компас. Есть ли шансы у такого продукта на отечественном рынке? По мнению Алексея Володяева, вряд ли: «Пока не изменится правоприменительная практика, страховщики, решившиеся выйти на наш рынок с таким продуктом, будут терпеть существенные нестраховые убытки от мошенников – так называемых профессиональных страхователей».

Как говорят эксперты, в ближайшие пять лет страховое сообщество ждет развития автомобильных черных ящиков и предустановку таких систем на большинство производимых моделей. «В США предустановка черных ящиков станет обязательной уже с 2015 года, – говорит директор центра стратегического анализа рынка СК «Согласие» Андрей Бондаренко. – Они резко снизят возможности для мошенничества со страховыми выплатами и позволят устанавливать для клиентов действительно индивидуальные тарифы, исходя из особенностей вождения, интенсивности, времени эксплуатации и т.д.».

В страховании физических лиц и принадлежащего им имущества популярность приобретет «коробочное страхование». Под коробочным продуктом подразумевается стандартизированная страховая программа с фиксированным пакетом рисков за

соответствующую фиксированную цену. Продукты реализуются главным образом не в собственных офисах продаж страховых компаний, а в сетях партнеров – ретейлеров, банков. Покупатель приобретает именно коробку, содержащую полис, который необходимо активировать, например, на сайте страховой компании. «Клиенту на выбор может предлагаться как один конкретный продукт, так и различные его вариации, отличающиеся стоимостью и, соответственно, страховым покрытием – рисками и страховой суммой. Примеры таких продуктов есть уже сейчас. Пионером здесь была наша компания: первым был продукт по страхованию квартир «Хоть потоп!». Можем сказать, что аудитория страхователей оценила удобство и простоту этой технологии», – делится опытом Кирилл Варламов.

Далее должно последовать тиражирование этой технологии на другие виды страхования: страхование от несчастных случаев, недорогое каско, страхование дач, личного имущества, не требующего предварительного осмотра, страхование покупок, включающее повреждение, гибель, а также расширенную гарантию на объект страхования, и др. Сети, осуществляющие дистрибуцию продуктов, уже хорошо знакомы с этой технологией, клиентам просто и удобно страховаться таким образом. По мнению Варламова, «коробочное страхование придет и в страхование юридических лиц – малого и среднего бизнеса».

Страхование личных вещей не новый для российского рынка продукт. Однако он не получил широкого распространения в связи с ограниченностью рисков, принимаемых на страхование (как правило, это только противоправные действия третьих лиц), и небольшими лимитами. «Чтобы у такого с высокой вероятностью мошенничества продукта было будущее, страхование этих рисков должно стать массовым, а качество работы правоохранительных органов должно выйти на новый уровень», – замечает Антон Воронцов.

Во многих странах уже давно применяется страховое поручительство (surety bond). «К сожалению, в России все попытки создать адекватный продукт по страхованию профессиональной ответственности натываются на ст. 932 ГК. Она запрещает страхование договорной ответственности, кроме случаев, прямо предусмотренных законом. Норма эта, введенная в 1993 году для запрета распространенного тогда страхования ответственности за невозврат кредита, оказалась чрезвычайно «широкой», – рассказывает Алексей Володяев. – В одном из вариантов стратегии развития страхового рынка, разработанной Минфином, предусматривалось рассмотреть вопрос о страховом поручительстве в 2017 году. Но в окончательную редакцию документа этот пункт не вошел. Это значит, что как минимум до 2020 года нам придется обходиться без страховых поручительств».

На Западе существует и множество других довольно эффективных видов страхования и инструментов, использование которых пока не предусмотрено российским законодательством. Например, страхование бондов. «Это своего рода финансовая гарантия, но с правом суброгации к виновному лицу (в отличие от страхования ответственности по госконтрактам, когда у страховщиков такого права суброгации не было)», – указывает заместитель гендиректора – главный андеррайтер «МСК-Гарант» Антон Легчилин.

**Источник:** [Коммерсантъ-Деньги](#), № 38, 30.09.13

**Автор:** Рыбакова М.