

Россияне скоро смогут страховаться онлайн, вообще не выходя из дома или офиса. За широкое внедрение электронных полисов выступает Всероссийский союз страховщиков. А Центробанк и Минфин готовят почву для снятия запрета на посреднические услуги при заключении электронных договоров страхования.

Чисто теоретически любую страховку уже можно купить онлайн, без визита в офис страховой компании. Интернет, банковская карточка и электронный почтовый ящик, куда будет отправлен полис, – вот и все, что требуется в этом случае. Как показало исследование «Ренессанс Страхования», электронные полисы пользуются популярностью у туристов, собирающихся за границу, и у тех, кто добровольно страхует свои автомобили. Однако такие дистанционные услуги предоставляют не все компании и не везде. Всероссийский союз страховщиков, по словам его главы Игоря Юргенса, выступает за более широкое внедрение электронного страхования. Смысл в этом видят и в Банке России. Там отмечают, что это выгодно и самим страховщикам, и гражданам. Страховые услуги в электронном формате становятся более доступными, и клиенты могут приобретать их в любое время и в любом месте, а страховщики в свою очередь получают возможность снизить издержки. В Центробанке считают, что развитию электронного страхования будет способствовать снятие запрета на посреднические услуги при заключении электронного договора страхования. Такие поправки Центробанк, напомним, сейчас прорабатывает с Минфином. Но ведущую роль в развитии электронного страхования, по мнению регулятора, все-таки должно играть страховое сообщество. В том числе, в части принятия мер для ускорения внедрения процесса.

Между тем, сами страховщики признают, что развитие электронного страхования сдерживает ряд факторов. «Новые технологии требуют инвестиций, ведь речь идет не только об удобном и привлекательном сайте компании или современном контакт-центре, а о смене парадигмы ИТ-архитектуры, бизнес-структуры, продуктовой линейки», – говорит Алия Валиуллина, руководитель управления прямых продаж «Ренессанс Страхования». Она не скрывает, что многим крупным страховщикам сложно перестраивать устоявшиеся процессы для перехода части продаж в онлайн. Важный момент, что и потребители пока еще не совсем доверяют электронному страхованию. «В отличие от бронирования в Интернете отелей, авиа- и железнодорожных билетов, покупка электронного полиса на сайте страховщика или через мобильное приложение пока не стала нормой жизни», – констатирует Валиуллина.

Владислав Минар, член совета директоров «PPF Страхования жизни», добавляет, что электронное страхование актуально при продаже простых «коробочных» продуктов.

Когда же речь идет о долгосрочном страховании жизни (а срок таких договоров достигает 30 и более лет), возникает необходимость детально обсудить все параметры полиса с финансовым консультантом. Для этого все-таки больше подходит личная встреча.

Однако, по прогнозам экспертов, спрос на электронные полисы и концентрация игроков на рынке онлайн-страхования все равно будут расти. Граждане рано или поздно оценят возможность экономить время и деньги, страхуясь онлайн. А сами компании, в первую очередь крупные, поддадутся соблазну расширить свое присутствие на рынке.

Источник: [Российская газета](#) , № 89, 26.04.16

Автор: Кривошапко Ю.