

*AIG в России приняла участие в VII Ежегодной Конференции «Страховой брокер – основное звено страхового рынка», организованной Ассоциацией профессиональных страховых брокеров.*

2016 год охарактеризовался ростом убыточности и количеством судебных расходов на рынке страхования. Отмечая позитивную роль Центробанка в урегулировании рынка, спикеры также отметили, что на законодательном уровне деятельность страховых брокеров еще недостаточно эффективно урегулирована при одновременно растущих требованиях со стороны ЦБ, что приводит к снижению рентабельности брокерского бизнеса и может привести к уходу с рынка ряда игроков.

Среди препятствий успешному развитию страхового бизнеса участники назвали переход на новый план расчетов, преимущества которого нивелируются ростом количества форматов отчетностей и не всегда понятных принципов их формирования, а также обязательства брокеров уплачивать НДС, чего не делает ни один другой участник страхового рынка. При этом, как отметили эксперты, темпы развития рынка ОСАГО снижаются за счет исчерпания эффекта от повышения тарифов и роста выплат по новым лимитам, а перспективы развития рынка страхования жизни пока остаются неопределенными, что также несколько усложняет деятельность брокерских компаний на рынке.

Кроме перечисленных факторов, существуют и другие факторы сдерживающие увеличение доли брокерского рынка в РФ. Как отметила в ходе мероприятия директор по корпоративному развитию AIG в России Ольга Брюнина: «Брокерский рынок, обслуживает текущий уже сформированный клиентский сегмент, в большей степени способствуя перераспределению, а не масштабированию рынка. При этом одна из проблем, сложившаяся на рынке – это отсутствие культуры кросс-продаж страховых услуг, хотя они являются одним из ключевых инструментов для развития брокерской деятельности».

По мнению представителя AIG в России, создание дополнительных предложений, которые были бы выгодны потребителю страховых услуг, могут значительно стимулировать страховой и брокерский бизнес и увеличить конечный доход компаний, поскольку каждый дополнительно проданный полис помогает построить долгосрочные отношения между клиентом, компанией и брокером», — пояснила она.

Источник: Википедия страхования, 09.12.2016