СТРАХОВАНИЕ 2.0

Страховщики совершенно напрасно пренебрегают понятными, простыми и доступными способами рассказать гражданам о страховании. Современные способы коммуникации в интернете не только удовлетворят потребности потребителей в информации, но и помогут повысить уровень доверия к страхованию как таковому.

Говоря о российском страховом рынке, принято указывать на низкую финансовую грамотность и отсутствие страховой культуры у населения нашей страны. Именно этот фактор выводится как одна из главных причин слабого развития добровольного страхования наряду с недостаточно высокими доходами наших сограждан. В то же время есть и иное мнение, согласно которому многие проблемы связаны не только и не столько с низкой грамотностью, но с существенным недоверием к российским финансовым институтам.

Как финансовая грамотность, так и страховая культура последнее время довольно часто становятся предметом научного исследования.

Финансовая грамотность состоит из двух основных элементов — знаний и умения

их использовать. Очевидно, что в условиях недоверия умение использовать либо не формируется, либо формируется в контексте собственного или привнесенного негативного опыта. Применительно к страхованию данные обстоятельства становятся весьма важными, определяющими потребительское поведение потенциальных страхователей, что должно учитываться как страховщиками, так и органами государственного управления и саморегулирования отрасли.

Как показывает опыт общения с российскими страхователями, большинство российских граждан не читали правила страхования по заключенным ими договорам страхования, а в редких случаях обращения за этой информацией далеко не всегда получают искомые



Цыганов А.А.Д.э.н., профессор
Финансового университета
при Правительстве
Российской Федерации

сведения. Это же относится и к страховым агентам, знания которых часто ограничиваются ОСАГО и еще двумя-тремя видами страхования. Более того, есть прецеденты, когда агент, не имеющий возможности предоставить страхователю необходимый страховой продукт или знания о нем, начинает доказывать, что его в принципе нет.

Важно отметить, что наши сограждане, хотя и не часто читают правила страхования, считают правильным сравнивать страховые услуги,

Российский индекс научного цитирования в ноябре 2016 года давал 533 публикации, в названиях которых присутствует финансовая грамотность, и 74 публикации, чье название содержит страховую культуру. Этой тематике посвящены многие публикации в журнале «Современные страховые технологии», мероприятия в школах и вузах, в которых с целью роста финансовой грамотности участвуют представители Банка России, Минфина, ВСС². предоставляемые различными финансовыми институтами. Часто это превращается в сложную задачу из-за малой информативности современных сайтов страховых компаний и формального подхода к информированию ими потенциальных и реальных страхователей. Это касается как правил страхования и условий тарификации, так и раскрытия информации о деятельности страховой компании.

Страховые тарифы формально проще сравнить, что формирует спрос на интернет-сервисы для страхователей, где они могут сравнить страховые услуги по данному показателю. Но остается

открытым вопрос о сравнимости существенных условий страхования, что затрудняет работу таких сервисов. Есть похожие сервисы и для страховых агентов, в которых предпринимается попытка сравнения тарифов и комис-

сионных вознаграждений различных страховщиков.

Известно, что пользователь интернета, быстро не нашедший искомой информации или нашедшей негативные данные (пусть и не этому виду страхования и/или

Распределение ответов на вопрос: «Как часто перед приобретением той или иной финансовой услуги Вы сравниваете условия ее предоставления в различных компаниях?», % опрошенных

Ответ	2011	2013	2015	2016
Всегда	29	31	39	33
Иногда	29	32	29	29
Редко	16	19	12	15
Никогда	18	16	13	11
Затрудняюсь ответить	8	2	7	12

Источник: НАФИ.³

В Стратегии развития страховой деятельности в РФ на период до 2013 года⁴ было указано, что «в целях обеспечения доступа заинтересованных пользователей к информации» необходимо:

- «обязать страховщиков публиковать или размещать на сайте в сети Интернет сведения о руководителях, правила страхования, страховые тарифы, разъяснения по порядку заключения договоров страхования и осуществлению страховых выплат, присвоенные страховщику рейтинги;
- создать объединенную базу данных по наименованиям страховщиков, их месторасположению, сведениям о руководителях, перечню оказываемых услуг и их стоимости (страховым тарифам), годовой бухгалтерской отчетности страховщиков, наличию лицензий, фактам приостановления, отзыва лицензий и видам страхования, на которые они выданы, ликвидации, банкротству страховщика».

В 2012–2014 гг. вступили в действие поправки в закон «Об организации страхового дела в Российской Федерации» в части информирования страхователей, а также в

связи с развитием косвенных механизмов обеспечения прав страхователей через формирование системы внутреннего контроля и аудита, взаимодействия с депозитариями, актуарной деятельности. Так, страховщики должны на основании пп. 5 п. 6 статьи 6 Закона публиковать на собственном сайте правила страхования и страховые тарифы, но делают это часто формально. Например, указывают тарифный коридор, в котором максимальный тариф отличается от минимального в 10 и более раз и нет разъяснений по порядку применения повышающих или понижающих коэффициентов.

В 2015 году Банк России издал Указание «О требованиях к порядку размещения страховщиком информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»⁵. Но данный документ не регламентировал полным образом объем и содержание раскрываемой информации, а лишь определил технические требования к размещению информации на сайте. Остался открытым вопрос о формировании объединенной базы данных, а также рекомендованном формате разъяснений по порядку заключения договоров страхования и осуществлению страховых выплат.

страховщику) теряет интерес и переключается на иную деятельность. Для российского страхования, которое не может похвастаться устойчивым спросом на добровольные виды страхования это становится одной из причин медленного развития интернет-страхования.

Для развития интернет-страхования очень важна предоставляемая информация, которая должна дать потенциальному страхователю ответ на вопросы «что он страхует», «от чего», «сколько стоит» и «что делать при страховом случае», «какие документы и как быстро представить для получения выплаты», «сколько времени уйдет до получения выплаты». Люди страхуются не ради красивого полиса, а для получения реальной выплаты при реальном же страховом событии. А вот чтение длинных правил страхования для многих представляется сложной и нежелательной задачей, которая требует отдельного решения — создания кратких условий и памяток для потенциальных страхователей. Практика показывает, что можно и нужно пользоваться всеми доступными способами представления критически важной информации, в том числе в виде рисунков и комиксов, визуализировать сложные понятия, чтобы каждый страхователь смог в них разобраться.

Решение по сравнению правил и условий страхования лежит в компетенции Банка России или саморегулируемой организации страховщиков,

которые вполне могут создать единый информационный ресурс в российской части интернета для формирования и поддержания базы данных правил страхования, которые все равно уже стали публичными в силу требований страхового законодательства. Пусть и немногие поначалу, интересующиеся граждане смогут зайти на ресурс и получить исчерпывающую информацию по правилам страхования. Конечно, индивидуальная конкретизация условий страхования останется важной составляющей процесса заключения договора страхования, но предварять ее вполне может свободное ознакомление с открытой информацией.

Использование типовых правил и договоров страхования сильно упростит задачу по выбору страхового продукта, но большинство типовых правил еще предстоит разработать и утвердить. Например, в качестве стандарта СРО или сформировав минимальные требования Банка России⁶ по массовым видам страхования.

Упускаемая большинством страховщиков возможность — предоставление страхователям простых и понятных советов (памяток, методических указаний и т. п.) по их действиям в случае страхового события или иных неприятностей, а также способов их избежания. Такая практика существовала и прежде, но чаще всего для корпоративных страхователей либо в качестве сборников советов⁷, среди прочего рекомендующих страхование как

эффективный и практичный способ управления рисками и минимизации убытков.

Для развития массового добровольного страхования услуги страховщиков должны стать понятными, удовлетворяющими реальные потребности и превносящими новые и востребованные ценности в жизнь российских граждан. Немалую роль в этом должны сыграть возможности информирования через интернет — как на сайтах самих страховщиков, так и агрегаторов информации, на которых будет удобно сравнивать и искать при необходимости страховые продукты.

- 1 http://elibrary.ru/
- ² См., например, http://www.korins. ru/posts/2948-i-zhuk-vystupils-lektsiey-v-finuniversitete
- ³ http://nacfin.ru/protivorechivayafinansovaya-gramotnost-rossiyan/
- ⁴ Одобр. поручением Председателя Правительства Российской Федерации 18 ноября 2008 г. № ВП-П13-6891.
- ⁵ Указание Банка России от 27.07.2015 № 3740-У «О требованиях к порядку размещения страховщиком информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"» (Зарегистрировано в Минюсте России 24.08.2015 № 38645).
- ⁶ Указание Банка России №3380-у от 19.09.2014 «О минимальных (стандартных) требованиях к условиям осуществления добровольного страхования средств наземного транспорта (за исключением средств железнодорожного транспорта) и добровольного страхования гражданской ответственности владельцев автотранспортных средств».
- ⁷ См., например, брошюру: Ингосстрах. Советы для практичных или как можно сэкономить.



ыя ЦБ РФ СИ № 2496 от 01 июня 2015 г.

Страхование коммерческой недвижимости



«Абсолют Страхование» (ранее "ИСК Евро-Полис") – универсальный Страховщик со специализацией в области страхования коммерческой недвижимости, и сегодня это:

ОПЫТ

- на страховом рынке с 1992 г.;
- более 5 млн. кв. м. коммерческой недвижимости обеспечены страховой защитой, в том числе все здания делового квартала Симоновский, БЦ Дербеневская Плаза, ТРЦ Домодедовский и многие другие;
- высокие корпоративные стандарты (сертификат соответствия систем менеджмента качества стандарту ISO 1901-2011).

НАДЕЖНОСТЬ

- рейтинг агентства «Эксперт РА» на уровне А+ «Высокий уровень надежности», прогноз по рейтингу «стабильный»;
- компания входит в состав многопрофильной Инвестиционной Группы "Абсолют";

- собственные средства превышают 1 млрд, рублей, активы – 3 млрд. рублей;
- высокое качество перестрахования собственных рисков Компании на международных рынках.

УДОБСТВО

- аккредитация при крупнейших российских банках, в том числе Сбербанк, ВТБ 24, Райффайзенбанк и другие;
- электронный документооборот, как при заключении Полиса, так и при урегулировании убытков;
- страхование без перерывов на всех стадиях реализации проекта (проектирование, строительство, пуско-наладка, эксплуатация) имущества, ответственности, перерыва в коммерческой деятельности.

ЖАРЕНЫЙ ПЕТУХ НЕ НАШ ВЫБОР!

