

*11 июля 2012 года состоялась пресс-конференция «Рынок розничного страхования: цена доверия», организаторами которой выступили рейтинговое агентство «Эксперт РА», а также Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ). Основными темами для обсуждения на пресс-конференции стали результаты, которые показал рынок розничного страхования в 2011 году, а также перспективы его развития в ближайшие годы.*

«Жесткая конкуренция и высокая убыточность вынуждали розничных страховщиков в 2011 году делать ставку на развитие технологий, улучшение сервиса и поиск рыночных ниш. Несмотря на корректировку тарифов, убыточность розничных страховщиков остается высокой (в 2011 году среднее значение комбинированного коэффициента убыточности-нетто с учетом суброгации составило 104%), – отметил Павел Самиев, заместитель генерального директора рейтингового агентства «Эксперт РА». – Принятие мер по защите прав застрахованных станет шоковой терапией для российского страхового рынка и еще более усилит конкуренцию. В случае начала кризиса розничные страховщики не смогут безнаказанно задерживать выплаты или не платить по спорным случаям, так как за этим сразу последуют публикации числа жалоб на сайте ФСФР, штрафы, а также резкий рост судебных разбирательств. Следствием этого может стать рост числа банкротств страховых компаний и невыплат по страховым случаям».

Гузелия Имаева, генеральный директор НАФИ, рассказала, что по результатам социологического исследования агентства, уже более половины россиян охвачены страховыми услугами, однако лишь 9% обращались к страховщику за выплатами: «К активным клиентам страховых компаний относятся 28% россиян, среди которых наиболее распространенными, как в рамках текущего, так и перспективного пользования, являются услуги ОСАГО, каско, а также страховки на недвижимость. Среди позитивных трендов в 2011 году участники рынка выделяют повышение качества обслуживания, а также возросший уровень страховой культуры населения: все чаще при выборе страховой компании клиенты ориентируются не на бренд, а на надежность и оценки рейтинговых агентств».

«Для эффективного развития рынка розничного страхования государство должно определять наиболее приоритетные векторы его развития, тем самым помогая страховым компаниям выстраивать долгосрочную стратегию развития, – считает Игорь

Жук, заместитель руководителя ФСФР РФ. – Что касается текущих проблем на рынке, то наиболее остро стоят вопросы мошенничества при оформлении страховых услуг, а также большое количество невыплат по страховым случаям в регионах, – именно на эти аспекты в ближайшее время необходимо обратить особое внимание».

Елена Веневцева, первый заместитель генерального директора ВСК, рассказала об опыте организации стратегии розничных продаж страховых продуктов: «При формировании стратегии розничного бизнеса в первую очередь мы ориентировались на мировой опыт, в том числе активно использовали систему «4Р». Это позволило нам максимально эффективно решить вопросы, связанные с ценой страховых продуктов и услуг, целевой аудиторией, продвижением, а также организацией новых каналов продаж».

«После большого количества слияний и реструктуризации бизнеса наша страховая группа столкнулась с необходимостью переформирования каналов розничных продаж в регионах, – отметил Сергей Ефремов, исполнительный вице-президент СГ МСК. – В рамках департамента розничных продаж компании были созданы: агентский канал, прямой канал, а также партнерский канал, – каждому из которых были присвоены отдельные показатели эффективности. Это позволило нам снизить риски компании при изменении экономических условий за счет балансировки каналов продаж, а также повысить эффективность деятельности подразделений с учетом внедрения поканальной мотивации».

«Выход компании на рынок розничного страхования связан с большими рисками, прежде всего с возможностью не попасть в тарифы, а также большой конкуренцией в данном сегменте. Однако мы с большим интересом смотрим на розницу и видим здесь большие перспективы. Доля рынка для нас не является главной целью, в первую очередь мы стремимся к диверсификации портфеля, а также повышению технологичности компании», – подчеркнул Алексей Кутумов, управляющий директор по розничному страхованию ОАО «СОГАЗ».

«Компании, которые сделают свой бизнес максимально автоматизированным и технологичным, станут новыми лидерами рынка на несколько ближайших лет, – считает Огульджан Худайберенова, вице-президент по работе с посредникам «Группы Ренессанс страхование». – Наша компания уже несколько лет делает ставку именно на этот аспект розничных продаж страховых продуктов. В частности, мы активно развиваем B2B систему, которая прекрасно зарекомендовала себя в нашей работе с агентской сетью».

**Источник: [www.wiki-ins.ru](http://www.wiki-ins.ru), 13.07.12**