

Интернет-страхование в России: первые шаги к введению единых стандартов

При создании любых стандартных правил страхования следует учитывать возможность их использования в Сети

Не так давно у российских граждан появилась возможность приобретать полисы отечественных страховых компаний через Интернет. До этого российские страховщики ограничивались только виртуальными представительствами (к 2001 г. ими обзавелись практически все крупные фирмы). Теперь же граждане могут заключить договоры по следующим видам:

- страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств;
- страхование медицинских расходов путешественников;
- страхование имущества физических лиц (в первую очередь недорогих садовых домиков).

Предполагается, что в дальнейшем этот список будет расширен. Перевод части бизнеса страховой компании в Сеть дает ее потенциальным и реальным клиентам такие возможности:

- составить общее представление о страховщике и его услугах;
- провести самостоятельный расчет взносов с помощью Web-калькулятора;
- воспользоваться онлайн-консультациями;
- подать заявку на заключение страхового договора в электронной форме;
- заключить договор страхования и внести страховую премию через Интернет;
- получить онлайн-сопровождение страхового договора;
- сообщить о наступлении страхового случая через Интернет.

При организации электронных продаж страховых услуг следует учитывать, что заключение Web-договоров возможно отнюдь не по всем видам страхования. Во-первых, выдача онлайн-страхового полиса должна быть максимально стандартизированной (т. е. требуется, чтобы принимаемые на страхование риски являлись типичными для широкого круга пользователей и, следовательно, процесс обработки заявок можно было автоматизировать). Во-вторых, в качестве объектов страхования рассматриваются лишь те, которые не нуждаются в непосредственном осмотре страховщиком. В-третьих, подробные консультации необходимо свести к минимуму. Указанные выше три вида страхования, появившиеся сейчас в Интернете, этим условиям вполне удовлетворяют.

В то же время существуют страховые услуги, составление договоров по которым пока не может быть автоматизировано, а потому организовать их онлайн-продажи невозможно. Это относится к страхованию крупных промышленных объектов: перед заключением контрактов они обязательно подвергаются осмотру, а затем для них разрабатываются индивидуальные страховые программы. К неподдающимся стандартизации относятся и большинство рисков в области электронной коммерции.

В настоящее время Департаментом страхового надзора Министерства финансов России¹ совместно со Всероссийским союзом страховщиков² разрабатываются стандартные правила по основным видам страхования³, что позволит организовать непосредственное распространение страховых полисов через Интернет в соответствии с условиями этих правил⁴. В их составлении участвуют также представители других государственных органов, ведущих страховых компаний, обществ потребителей, научно-исследовательских институтов, профессиональных объединений

страховщиков. Таким образом обеспечивается комплексный подход к разрабатываемым документам и, что еще важнее, создаются условия для наиболее полного учета интересов всех сторон (страхователей, страховщиков и государства). Представляется, что в дальнейшем при создании любых стандартных правил страхования следует учитывать возможность их использования в Сети.

Можно отметить и другие положительные моменты, обуславливающие необходимость и актуальность существования самого института типовых правил в российской системе страхования: при использовании таких правил обеспечивается единый научно обоснованный подход к страхованию; страховые гарантии распространяются только на те риски, которые наиболее активно страхуются, и применяются лишь те исключения, которые признаны целесообразными; применение стандартных, одинаковых по качеству страховых программ позволит страхователю не тратить время на сравнение перечней страховых рисков и исключений из страхового покрытия. Клиент сможет сосредоточиться на анализе тарифов и выборе страховщика (т. е. взвешенно рассмотреть все преимущества и недостатки конкретных компаний). Информацию о страховщиках, как и тексты типовых правил страхования, он также будет получать в Интернете.

Российских фирм, предлагающих услуги онлайн-страхования, пока немного, однако достаточно большое количество компаний заявили либо о начале разработки и внедрении соответствующих технологий, либо о своей заинтересованности этими вопросами. Далее, у российской системы страхования имеется еще несколько направлений развития, связанных с Интернетом, — в этой сфере деятельности, как и в любой другой, есть риски, которые могут стать предметом страховой защиты. В настоящее время в развитых странах уже предлагаются услуги страхования таких рисков (см. рисунок).



Интернет и страхование

Интернет и страхование

Сейчас функционируют несколько российских страховых порталов, предоставляющих информацию о различных видах страхования и страховщиках. В ряде случаев потенциальный страхователь имеет возможность самостоятельно вычислить страховые взносы и обратиться к страховой компании с предложением заключить договор — например, подобные сведения вы найдете на узле, поддерживаемом компанией «БиСер» (*allinsurance.ru*). Информацию о теории и практике страхования вы получите на сайте консультационной компании «Анкил» (*ankil.com*). Познакомиться с деятельностью страховых компаний, почитать статьи о проблемах и перспективах национальной системы страхования, просмотреть страховую статистику, выяснить,

какие учебные программы существуют для страховщиков, страховых агентов и брокеров, а также изучить типовые правила страхования можно на сайте Всероссийского союза страховщиков (*ins-union.ru*).

В заключение хотелось бы отметить следующие моменты.

- Многие страховые корпорации в развитых странах уже имеют Интернет-каналы реализации своих страховых полисов. По данным известной консультационной компании PricewaterhouseCoopers и журнала The Economist, Web-продажи составляют у них в среднем 2% от общего объема продаж. Ожидается, что к 2005 г. доля сетевого оборота увеличится до 16%.
- В определенной степени указанная тенденция будет прослеживаться и в России, хотя сейчас Интернет-страхование делает здесь лишь первые шаги. Пока удельный вес онлайн-продаж настолько мал, что статистически его невозможно уловить.
- При оценке перспектив сетевой продажи страховых полисов в нашей стране следует учитывать качественный состав Интернет-аудитории — многие пользователи имеют достаточный уровень благосостояния и, следовательно, потенциальный интерес к страхованию.
- Для развития Интернет-страхования в России требуется принятие ряда законов в сфере электронной коммерции, в том числе необходимо правовое признание электронно-цифровой подписи.
- Большинство российских страховщиков, по всей видимости, еще достаточно долгое время будут ограничиваться организацией виртуальных представительств, т. е. продажа страховых полисов через Интернет останется скорее удачным маркетинговым и рекламным ходом, чем реальным каналом сбыта.
- Главная особенность онлайн-страхования состоит в необходимости максимальной стандартизации страховых полисов, поэтому будут развиваться лишь определенные виды электронного страхования, к которым можно применить автоматизированный андеррайтинг.

Александр Цыганов — кандидат экономических наук, заместитель заведующего кафедрой страхования Высшей школы приватизации и предпринимательства

¹ Предусмотренный российским законодательством орган федерального надзора за страховой деятельностью.

² Профессиональное объединение страховщиков, в которое входят около 300 крупнейших страховых компаний, контролирующих от 70 до 100% рынка — в зависимости от вида страхования.

³ К марту 2001 г. разработано и утверждено 13 стандартных правил по различным видам страхования.

⁴ Например, Правила страхования имущества физических лиц, Правила страхования от несчастных случаев, Правила страхования гражданской ответственности владельцев автотранспортных средств.