

# Прямое страхование

— это упрощенная форма продажи страховок, которая вычеркивает из цепочки «компания — страховой агент — клиент» среднее звено.

Существует два способа оформить полис «напрямую»:

1. по телефону
2. по Интернету



## **Специфические возможности прямого страхования для страхователей:**

- Возможность удаленного оформления полиса.
- Возможность удаленно вносить изменения в условия договора страхования.
- Возможность получать специальные предложения по цене.

## **Специфические возможности прямого страхования для страховщиков:**

- Возможность быстрого накопления детальной статистики по клиентам и договорам страхования, что позволяет повысить уровень сегментации клиентской базы и качество андеррайтинга.
- Возможность оперативно оценивать спрос на различные продукты страхования и его эластичность, большая гибкость в ценовой политике.



# История прямого страхования



Родина прямого страхования — Англия, история существования которого насчитывает более 20 лет. На текущий момент оно занимает около 70 % ритейла в Англии.

В России первая компания по прямому страхованию, ЗАО «Прямое страхование», начала работать с 1 июля 2005 года. За четыре года своей работы в качестве прямого страховщика компания так и не смогла набрать достаточно большой страховой портфель, заняв по итогам 2008 года лишь 387-е место по объему полученной страховой премии (по данным ФССН).

Второе открытие прямого страхования в России пришлось на 2008 год, когда на рынке появились сразу три новых прямых страховщика: ОАО «КИТ Финанс Страхование», «ОАО Интач Страхование» и ЗАО «Контакт-страхование». Среди универсальных страховых компаний первой стала развивать прямые продажи группа «Ренессанс Страхование».

## **Преимущества прямого страхования**

1. Экономия на стоимости страховки.
2. Экономия времени
3. Высокая гибкость.
4. Отсутствие посредников



## **Недостатки прямого страхования**

1. Ограниченный ассортимент «товаров»,
2. «Виртуальность» прямой страховки
3. Законодательные ограничения



# Тенденции рынка прямого страхования и прогнозы его развития



- **Доходность**

в долгосрочной перспективе вне зависимости от уровня проникновения прямого страхования расходы прямых страховщиков должны быть ниже, чем у традиционных компаний. Это связано с тем, что даже при небольших объемах бизнеса постепенно будут окупаться издержки на создание call-центров и вложения в IT-системы. Расходы на рекламу и маркетинг останутся, но несколько снизятся.

- **Эффект от масштаба**

Экономия на масштабе возникает для прямых страховщиков, начиная с 5 % от совокупной рыночной доли или 12-15 % от взносов по страхованию (согласно опыту прямых страховщиков в Европе). Доля прямого страхования во взносах по автострахованию в первом полугодии 2009 года была равна 0,84 %. Таким образом, чтобы достигнуть экономии от масштаба, объем страховых премий российских прямых страховщиков должен увеличиться в 15 раз.

## Ситуация на рынке России

Прямое страхование как особый канал продаж появилось на российском страховом рынке вместе с развитием страховой розницы. Но только в 2008 году оно стало позиционироваться как некая новая концепция страхования, альтернатива традиционному агентскому каналу продаж. В России все «прямые страховщики», ограничивают линейку страховых продуктов только автострахованием.

При выходе на рынок прямые страховщики делали акцент на низкие тарифы для привлечения клиентов.

Столкнувшись с высокоубыточными страхователями, они переориентировали свои рекламные кампании на клиентов, заинтересованных в качественных услугах.

Доля прямого страхования в 1 полугодии 2010 года составила 0,33%, во взносах по автострахованию в целом – 0,9%. По сравнению с 1 полугодием 2009 года объем премий по прямому страхованию вырос на 5,6%, по сравнению с 1 полугодием 2008 года – более чем в 4 раза.



## Мнение специалиста



**Мария Мальковская**  
*генеральный директор ОАО «Интач  
Страхование»:*

«Несомненно, рентабельность прямого страхования – это только вопрос времени. Опыт наших зарубежных коллег также это доказывает. Средний срок окупаемости проекта прямого страхования составляет от 5 до 7 лет».

«Основные ограничения (в развитии прямого страхования) во многом носят правовой характер - отсутствие электронной подписи, единой базы данных страхователей, излишняя зарегулированность ОСАГО, конечно, замедляют процессы. Но оглядываясь на опыт многих европейских стран, можно с уверенностью сказать, что мы идем тем же самым путем, а значит, степень развитости рынка тоже играет не последнюю роль».

