

держанию объемов бизнеса в периоды кризисов и умению концентрировать внимание на приносящих результат секторах. «И, конечно же, территориальный охват, наличие филиальной сети. В регионах по-разному проходят кризисы и взлеты. Сеть позволяет это сбалансировать», — подчеркивает он.

По словам господина Тимофеева, стратегия «Контроль Лизинга» как компании, специализирующейся исключительно на автолизинге, основана на четырех направлениях: активном развитии операционного лизинга легковых автомобилей для физических лиц как менее рискованного и более масштабного рынка, на тотальном контроле над расходами, минимизации принимаемого риска через отказ от высокорисковых сделок и на максимальной диверсификации лизингового портфеля.

**ПОДКОРМИТЬ С ЛАДОНИ** ВГ попросил участников рынка рассказать о мерах поддержки отрасли на государственном уровне.

По словам господина Романовского, кроме программы субсидирования сделок автолизинга, существует целый ряд других программ как регионального, так и федерального уровня. «Региональные программы принимаются местными органами власти исходя из специфики региона (такие как, например, „Лизинг-Грант“ в Татарстане, программы субсидирования лизинговых платежей для МСБ в Московской области и Башкирии). Федеральные программы в основном касаются поддержки таких капиталоемких сегментов, как авиализинг и железнодорожный рынок, они направлены, например, на приобретение инновационных вагонов», — рассказывает господин Романовский.

Господин Лебедев подчеркивает, что региональные бюджеты некоторых субъектов России, например Татарстана, сохранили программы стимулирования приобретения основных средств при помощи лизинга. «„Балтийский лизинг“ традиционно участвует в таких программах. Это хороший способ реально помогать растущим проектам с поддержкой территории. Действует государственная программа поддержки лизинговых проектов через МСП-банк», — приводит он примеры.

Дмитрий Зотов говорит, что государство, кроме программы поддержки приобретения в лизинг отечественных автомобилей, оказывает поддержку путем субсидирования процентной ставки для отдельных групп клиентов (малый и средний бизнес, компании отдельных отраслей промышленности, например, сельского хозяйства и пищевой промышленности), кроме того, действуют и региональные программы поддержки. «Также важным, но косвенным инструментом поддержки является помощь банковской отрасли, выражающаяся в докапитализации банков, что позволяет не останавливать кредитование лизинговых компаний, несмотря на тяжелую ситуацию на финансовом рынке», — высказывается господин Зотов.

Впрочем, далеко не все положительно отзываются о программе госсубсидирования. Дмитрий Виноградов указывает на то, что работающим сегментом остается рынок лизинга транспорта отечественного производства, но для большого блока лизинговых компаний создан искусственный барьер в виде государственной программы субсидирования, который делает эти компании неконкурентными. ■

**25 →** В список компаний — партнеров банка по программе ипотечного кредитования с господдержкой входит более 20 застройщиков в Петербурге и Ленобласти. Основными партнерами банка являются компании ЗАО „ЮИТ Санкт-Петербург“, ООО „ЛСР. Недвижимость — Северо-Запад“, Setl Group, ЗАО „Строительный трест“, на долю которых приходится около 80% сделок. В настоящий момент петербургский филиал Юникредит-банка аккредитовал 57 строительных объектов, по которым банк принял более 360 заявок на сумму более 1,1 млрд рублей», — говорит господин Большаков.

**СКРОМНЫЕ ОЖИДАНИЯ** В основном россияне берут кредиты в рамках госпрограмм, а также на покупку квартир с большим первоначальным взносом. При этом большей частью граждане покупают недвижимость в новостройках, так как

**19 →** «К тому же на сайтах или через мобильные приложения крупных страховых компаний клиенты могут собрать продукт-конструктор с интересующим их покрытием. Вполне вероятно, что в среднесрочной перспективе запущенная с 1 октября полноценная работа с ОСАГО через интернет резко изменит положение онлайн-сегмента», — полагает он.

Директор филиала компании «Росгосстрах» в Санкт-Петербурге и Ленинградской области Игорь Лагуткин рассказал, что на сайте «Росгосстраха» можно оставить заявку на любой вид страхования, и сотрудники компании при необходимости оперативно связываются с клиентом. «Что касается конкретных продуктов, которые можно оформить непосредственно на сайте, то к ним относятся полисы выезжающих за рубеж, ОСАГО, коробочные страховки, и их количество будет увеличиваться», — пояснил господин Лагуткин.

По словам господина Дырмы, на данный момент через интернет можно приобрести полис по основным видам страхования: автострахование, некоторые продукты медицинского страхования, страхование имущества. «По некоторым видам страхования можно пройти процесс урегулирования убытка и продлить действующий полис онлайн. В будущем первоначальное оформление полисов в онлайн можно перенести практически по всем видам страхования, которые не требуют физического осмотра объекта страхования. Однако технологии стремительно развиваются, и некоторые страховые компании уже внедрили онлайн-продукты с осмотрами», — сказал эксперт.

По оценке госпожи Зайцевой, доля онлайн-продаж составляет 10–15%, основной канал — партнерские продажи. «В большой степени это зависит от продукта. Так, страхование выезжающих за рубеж сейчас полностью сместилось в сторону интернета. Страховые компании продают полисы через агрегаторов, огромная доля приходится на сайты по продаже авиабилетов», — отмечает она.

По словам госпожи Пучковой, сегодня у каждого бизнес-блока компании «Альфа-Страхование» есть в онлайн-предложения для клиентов. «Частные клиенты могут приобрести и продлить существующие полисы каско и ОСАГО, продукты туристического страхования, страхования недвижимости, личного страхования и другие. Для корпоративных клиентов существует продукт по страхованию гражданской ответственности

застройщики активно стимулируют спрос специальными акциями и предложениями, в том числе реализуют совместно с банками программы ипотечного кредитования по льготным ставкам.

По словам Юрия Архангельского, отчетность публичных девелоперов показывает падение объемов продаж и касковых сборов за первое полугодие 2015 года. «У ЛСР падение составило 45%, у Etalon Group — 56%. Именно по Санкт-Петербургу в ЛСР отмечают падение продаж в масс-маркете в физическом выражении на 59%, а в денежном выражении — на 53%. Росреестр также фиксирует падение сделок за первое полугодие 2015 года почти на 12%. Уже сейчас понятно, что в третьем квартале компании продемонстрируют стабилизацию спроса, а ближе к концу года возможен небольшой рост. Но с марта 2016 года должна пре-

арендаторов коммерческой недвижимости. Клиентам компании доступны уникальные сервисы по отслеживанию статусов убытков, заявлению о страховых случаях в режиме онлайн, активации коробочных продуктов, они могут воспользоваться личными кабинетами для частных клиентов и сотрудников корпоративных клиентов. Мы также выпустили на рынок свое мобильное приложение», — рассказывает она.

**ОЦЕНКА КАК ПРЕПЯТСТВИЕ** Однако есть ряд страховых продуктов, которые перенести в электронную среду не представляется возможным.

Динара Сулейманова, вице-президент, директор по маркетингу АО «Согаз», говорит, что невозможно продавать онлайн индивидуальные страховые продукты, требующие осмотра объектов страхования. «Именно это условие — необходимость осмотра и оценки объекта страхования — основной барьер для более широкого развития электронных услуг», — подчеркивает она.

По словам господина Лагуткина, невозможно перенести продукт в электронную среду, когда требуется предварительный андеррайтинг. «Например, для того чтобы застраховать дом, очевидно, что необходимо предварительно провести оценку этого дома, а чтобы застраховать жизнь на крупную сумму, необходимо провести медицинское освидетельствование. А вот квартиру полностью онлайн застраховать можно — с прошлой недели мы запустили этот новый сервис по всей стране», — рассказывает он.

По мнению Михаила Дырмы, скорее всего, в онлайн не попадут корпоративные продукты, например, страхование ДМС для сотрудников компаний, так как такие договоры заключаются после проведения тендеров. «Впрочем, можно сделать оговорку, так как некоторые игроки реализовали онлайн-страхование грузов и арендуемых офисов для юридических лиц», — поясняет господин Дырма.

**ПАЛКИ В КОЛЕСА** Эксперты говорят, что проникновение страховщиков в электронную среду тормозят высокий уровень мошенничества, отсутствие централизованных решений по управлению базой страховщиков и истории аварийности, отсутствие экспертизы.

По словам госпожи Зайцевой, например, в Великобритании существует база,

кратить свое существование программа господдержки. И если ее не продлят, то это, безусловно, окажет давление на спрос», — заключает он.

Как отмечает господин Осипов, говорить о том, что спрос исчерпан, неверно. «Конечно, ожидать ставшего привычным за последние несколько лет тридцатипроцентного роста продаж не приходится. При этом повышение доступности кредитования в совокупности с активностью в секторе первичного жилья, обусловленной запуском программы государственной поддержки и стимулированием спроса компаниями-застройщиками, делает ипотеку действующим инструментом решения жилищного вопроса для большого числа граждан. Скорость восстановления рынка будет зависеть от дальнейшего развития макроэкономической ситуации», — высказывается господин Осипов. ■

в которой каждый раз при онлайн-покупке страхового продукта машина проверяется — ее история, аварийность, владелец, а случаи мошенничества наказываются законом гораздо более сурово, чем в России. «Страховые компании пытаются ввести решения, автоматизацию, но пока достаточно медленно. Даже централизованной базы мошенников еще нет. У банков уже много лет есть централизованные бюро кредитных историй. Кроме того, низкий спрос на онлайн-покупку данных страховых продуктов также сказывается на их медленном развитии», — говорит госпожа Зайцева.

С этим мнением солидарна Мария Мальковская, генеральный директор страховой компании Intouch, которая считает, что проникновение сдерживает отсутствие общей инфраструктуры, так как для эффективного осуществления онлайн-сервисов нужно взаимодействие всех игроков в централизованных базах данных, таким образом, возможно будет электронно обмениваться информацией между профессиональными участниками и снять часть административного бремени с добросовестных потребителей, защитить от недобросовестных. «А пока нет централизованных баз по страхованию с полной информацией, часть операций все равно проводить онлайн нельзя», — высказывается она.

Алексей Шупляков, руководитель направления по работе с ключевыми клиентами AIG в России, полагает, что медленные темпы освоения электронной среды во многом можно объяснить отсутствием реального спроса на онлайн-сервисы со стороны клиентов страховых компаний, а также неготовностью многих страховщиков инвестировать «на будущее». «Сейчас даже доступ в личный кабинет клиента на сайте, что стало де-факто обязательным для банков, имеется далеко не у всех страховых компаний. Это показывает, что проблема есть не столько в отношении реализации мобильных сервисов, сколько в уровне развития IT в отрасли в принципе», — подчеркивает он.

Динара Сулейманова уверена, что сдерживающим фактором является специфика продукта, требующая осмотра объекта страхования в части сложных продуктов. «В ряде случаев — ограничения законодательства. Помимо низкой страховой культуры, конечно: охват страхованием россиян в принципе низок в сравнении с другими странами», — утверждает она. ■

## СТРАХОВАНИЕ