

Не секрет, что на цивилизованных рынках основным направлением развития страховых продуктов является сегментация. В части автострахования разрабатываются продукты для тинейджеров и тех, кому за пятьдесят, для такси и автофургонов, для домохозяек и учителей. Но действительно серьезным прорывом в индивидуализации страховых предложений стало применение телематических технологий.

Название «телематика» возникло путем сопряжения слов «телекоммуникация» и «информатика» и в широком смысле означает систему, соединяющую средства связи и вычислительную технику. Применительно к автомобильному транспорту это набор электронных устройств, обеспечивающих такие функции, как аварийная сигнализация, GPS-навигация, хендс-фри телефония, беспроводная экстренная связь, система безопасности.

Первый страховой продукт на основании телематики был разработан в 2006 году компанией Aviva. В то время телематическая технология была еще относительно новой, и установка необходимого оборудования обходилась недешево. С тех пор многие страховщики внедрили подобные продукты, что не замедлило отразиться на цене. Сегодня большинство западных компаний предлагают продукты Pay-as-you-drive (PAYD, буквально – плати, как едешь), основанные на телематической технологии. За первые 4 месяца 2012 года британские страховщики увеличили продажи телематических продуктов на 25%, что для столь развитого рынка можно считать революцией. Появились такие предложения и в России.

Чем телематика может быть полезна страховщикам? Во-первых, одним из направлений применения данной технологии являются противоугонные системы. Во-вторых, телематические системы могут дать страховщикам необходимую информацию относительно причин и обстоятельств страхового случая, что упрощает и удешевляет процесс урегулирования убытков. В-третьих, телематика существенно сокращает риск мошенничества, что, опять же, позволяет снизить РВД и уменьшить цену полиса. Так, в Великобритании внедрение данной технологии привело к сокращению уровня мошеннических выплат на 20%. В-четвертых, телематические продукты помогают улучшить управление рисками транспортных парков. В-пятых, уникальные статистические данные, получаемые с помощью телематических систем, дают возможность уточнить актуарные модели, на базе которых в дальнейшем могут быть

созданы новые продукты с «тонкой настройкой». В-шестых, как показывает международная практика, установленные телематические системы стимулируют водителей, склонных к рискованной езде, вести себя на дорогах более сдержанно, не нарушая правила дорожного движения и не создавая аварийные ситуации. Список возможностей можно продолжить.

Какие продукты, созданные на основе телематики, предлагают страховщики? Их можно разделить на три основных типа.

Самый простой продукт строится на показаниях одометра. В этом случае стоимость полиса зависит от расстояния, которое проезжает автомобиль. Из российских страховщиков такую программу предлагает «АльфаСтрахование». Вторая разновидность продукта основана на времени, в течение которого используется транспортное средство. Третий вид продукта использует такие данные, как средняя скорость поездки, время суток, наличие или отсутствие случаев превышения скоростного режима и резкого торможения и т.п. Эти две разновидности теле-страхования в России пока не применяются.

Опционально к приведенным трем схемам могут добавляться другие показатели: учет длительной езды без перерыва, пользование мобильным телефоном во время вождения, режим прохождения поворотов и проч.

Основным препятствием для распространения телематических страховых продуктов во всем мире является необходимость для страхователя передавать личные данные страховщику. Многими это воспринимается как вторжение в частную жизнь, что удовольствия не вызывает. В России проблема усугубляется всеобщим недоверием страхователей к страховщикам и обратно.

Другая сложность – неизбежное появление третьей стороны в отношениях страховщика и страхователя. Компания, поставляющая телематическое оборудование, должна быть допущена и к информации клиентов, поскольку сами страховые компании не обладают необходимой технической базой для обработки получаемых данных, а также сервисными возможностями.

Для России же главной проблемой, пожалуй, является неразвитость рынка. Подробнее о «теле-продуктах» и «теле-проблемах» читайте в журнале « [Урегулирование убытков в автостраховании](#) », №22.

Источник: www.wiki-ins.ru, 13.06.12