

Интерес к страховой отрасли проявляют более трети топ-менеджеров малых и средних предприятий, и только 7% опрошенных заметили, что за последний год страховые компании стали более клиентоориентированными. Об этом свидетельствуют результаты опроса руководителей компаний-субъектов МСП, проведенного Аналитическим центром НАФИ совместно с Группой Ренессанс Страхование в декабре 2016 г.

Почти две трети руководителей предприятий (65%) не проявляют интерес к страховой отрасли (не отслеживают законодательство, новости, программы и т.п.). Следят за подобной информацией 35% опрошенных, из которых только 5% — очень внимательно, а 30% — не более, чем за другими отраслями экономики. Стоит отметить, что повышенный интерес проявляют руководители средних организаций (8%), нежели малых (4%) и микро-компаний (3%).

Те предприниматели, которые следят за новостями страховой отрасли, в первую очередь хотели бы больше узнать о деталях страхования бизнеса и товаров (34%). Каждый четвертый опрошенный проявляет интерес к тому, как именно функционирует страхование и, особенно, к тому, что обычно умалчивается в договорах страхования. По 13% руководителей указали, что их привлекла бы информация о страховании работников, о ставках и их динамике. Каждому десятому предпринимателю интересны новые продукты и условия страхования (по 9%).

Большинству руководителей компаний-субъектов МСП оказалось сложно оценить, стали ли за последний год страховые компании более клиентоориентированными или нет. Только 7% опрошенных ответили положительно на этот вопрос, и чаще это отмечали руководители средних компаний (9% против 5% микро-организаций). И еще 10% предпринимателей считают, что страховые компании стали менее клиентоориентированными. Большинство же предпринимателей не заметили каких-либо изменений — 43% (чаще указывают малые предприятия, 48%). Еще 40% опрошенных затруднились дать ответ на этот вопрос.

Владимир Тиняков, исполнительный вице-президент Группы Ренессанс страхование: «До 40% российских компаний МСБ вынуждены уходить с рынка в случае утраты имущества. Это незастрахованные компании, для которых форс-мажор критичен. В отличие от западного рынка, где владельцы компаний хорошо понимают, что иного цивилизованного способа минимизировать потери от непредвиденных событий, кроме страхования, просто не существует, в России проникновение страхования в этом сегменте пока не так высоко».

Источник: НАФИ, 01.01.2017