



*О Государственной страховой компании «Югория» в последнее время много говорилось в прессе в связи со сменой руководства, возможной приватизацией компании и так далее. В интервью с генеральным директором страховщика Алексеем Охлопковым мы обсудили актуальные аспекты деятельности ГСК «Югория».*

– Алексей Анатольевич, как изменилась стратегия развития компании в связи с отказом от ее приватизации в 2012 году?

– В связи с тем, что изменились основные цели акционера компании, претерпела изменения и стратегия ее развития. Если раньше ГСК «Югория» была ориентирована на рост объемов сборов страховых премий, то в настоящее время наша основная задача – прибыльная работа. Это вполне возможно, если компания будет продавать страховые продукты по рыночным тарифам, экономно использовать ресурсы и иметь низкие управленческие расходы.

В ближайшие год-два основные усилия мы сконцентрируем на оптимизации бизнес-процессов, внедрении единой учетной бухгалтерской и страховой системы, что позволит существенно повысить эффективность нашей работы.

– Остались ли планы по приватизации компании?

– В ближайшей перспективе нет. Возможно, этот вопрос будет актуальным в долгосрочной перспективе.

– По словам представителя акционера – директора департамента госимущества Югры Анатолия Уткина, основные ресурсы компании будут сконцентрированы на Урале и в Сибири. Означает ли это отсутствие интереса к развитию бизнеса в других регионах России?

– Урал и Сибирь – родные для «Югории» регионы, в которых компания давно работает, умеет оказывать качественные услуги клиентам и получать прибыль. В других федеральных округах мы вошли в сложившийся конкурентный рынок сравнительно недавно, но это не означает, что у нас есть намерение сократить там свою долю. Для нас очень важными остаются Центр, Северо-Запад и Юг России, и мы намерены усиливать наши позиции на этих территориях.

В настоящее время все 65 филиалов компании, действующие в 58 субъектах федерации, сохранены. В дальнейшем мы не планируем уходить из регионов присутствия, однако филиалы, которые не будут иметь положительного результата работы, могут быть переведены в статус агентств или подчиненных филиалов.

Хочу также подчеркнуть, что независимо от географического расположения и статуса подразделения «Югория» всегда платила, платит и будет платить своим клиентам, в полном объеме выполнять взятые на себя обязательства.

– В конце марта правительство ХМАО-Югры приняло решение увеличить уставный капитал «Югории». Однако это будет сделано за счет имущества, а не денег, почему?

– В процессе долгого обсуждения с акционером найдено удачное решение, когда создается финансовая группа, объединяющая в себе практически все финансовые активы округа. Это позволит в средне- и долгосрочной перспективе получить серьезный экономический эффект, который положительным образом отразится на деятельности «Югории». Отмечу, что наш уставный капитал будет увеличен до 3,859 млрд рублей. В

стране существует немного страховых компаний с таким значительным уставным капиталом, так что и по этому показателю мы будем в числе лидеров.

– В связи с тем, что допэмиссия «Югории» обеспечена акциями «Ипотечного агентства Югры» и «Курортов Югры», и все они вошли в состав нового финансового холдинга, планируются ли совместные проекты этих компаний? Возможно, к ним присоединится и Ханты-Мансийский негосударственный пенсионный фонд, который вы возглавляете?

– Мы рассматриваем различные варианты: развитие продаж полисов «Югории-Жизнь» через Ханты-Мансийский НПФ; страхование строительно-монтажных работ через ООО «Северные строительные технологии», дочернюю компанию НПФ; страхование пенсионных накоплений НПФ в «Югории». А в офисах «Югории-Мед» уже начали продаваться продукты Ханты-Мансийского НПФ.

Я считаю, что потенциал проекта огромный, но необходимо время, чтобы проработать все возможные варианты и найти оптимальные пути объединения усилий этих крупных компаний.

– А Ханты-Мансийский НПФ войдет в финансовый холдинг?

– Фактически он уже вошел. А де-юре мы все находимся в едином большом успешном холдинге под названием Югра. И в этом наша сила, конкурентное преимущество и будущее.

– Каковы, на ваш взгляд, долгосрочные перспективы развития ГСК «Югория»?

– Я глубоко убежден, что бренд «Югории» – один сильнейших брендов на страховом рынке России. У компании с таким именем большое будущее, но при этом многое должно быть сделано коллективом и руководством компании, чтобы «Югория» заняла достойное место среди лидеров.

**Источник:** [Вслух.ру](#) , 15.05.13