В один из последних дней прошлого года у Омского филиала компании Росгосстрах, занимающего самую большую долю на омском страховом рынке, сменился руководитель. Директором утвержден Александр Городецкий, полгода отработавший в статусе и. о. На минувшей неделе обозреватель «КВ» встретился с новым директором филиала и расспросил его об изменениях в компании иособенностях регионального рынка страхования.

– Насколько мне помнится, Росгосстрах – самая крупная страховая компания в России. А какие результаты показывает филиал в Омске?

– И в России, и в Сибири, и в Омске мы на первом месте. Лидерские позиции мы удерживаем уже давно и в 2011 году в очередной раз их подтвердили. Наша доля на омском рынке весомая – порядка 12%, а объем страховых сборов по итогам прошлого года превысил 457 млн рублей. Страховой рынок и в целом подрос, прибавив 13%, ну а мы росли даже быстрее рынка и прибавили 18%. Хорошая динамика и по результатам первого квартала 2012 года – 122% в сравнении с первым кварталом прошлого года.

– Сколько у вас точек продаж?

– В области и городе у нас 45 различных подразделений, включая офисные и агентские точки продаж, центр урегулирования убытков и дирекцию филиала. Штат тоже большой – порядка 300 человек. И агентов более 650.

– Какие сборы делают ваши областные подразделения?

– До 40% от общего объема всех сборов по филиалу. Хотя область наша, как известно, имеет свои особенности. У нас нет крупных городов, кроме областного центра.

– Росгосстрах по всем направлениям вне конкуренции?

– В Омской области работают порядка 85 страховых компаний, в основном это филиалы крупных федеральных компаний, и мы, конечно, не можем не ощущать конкуренцию. Бывали годы, когда в отдельных направлениях нас даже опережали, но это были так называемые кэптивные страховые компании, создаваемые крупными холдингами для страхования прежде всего собственных рисков.

– Как же тогда выживают на региональном рынке мелкие страховщики?

– Скажем так, у каждого рынка свои особенности, а у каждой страховой компании есть свой клиент. И у небольших специализирующихся на определенном направлении компаний есть свои ниши на рынке. Все зависит в конечном итоге от качества продукта, от уровня сервиса и профессионализма продавцов. Сегодня в основе любого регионального рынка – страхование автогражданской ответственности, поскольку это продукт, пользующийся стабильным спросом. Это тот локомотив, который дает возможность страховой компании сформировать свою клиентскую базу. А уже дальше, на основе этой базы, каждый продавец работает с потребностями своих клиентов. Другое дело, что не каждый может эти потребности реализовать. Именно для этого мы и учим своих работников, повышаем их квалификацию.

– И какие особенности у омского страхового рынка? Чем он отличается от рынков в регионах Центральной России?

– В европейской части России довольно сильно развито страхование имущества физических лиц. Омская область этим не славится. Я не хочу сказать, что у омичей ниже культура страхования, по части ОСАГО и каско у нас все нормально, люди прекрасно понимают, зачем нужны эти продукты и что они могут получить в результате. У нас есть и отдельные подразделения, у которых довольно серьезные портфели по страхованию имущества. Но пока это единичные примеры, к сожалению. Вот в Муромцевском районе люди традиционно страхуют имущество еще со времен Госстраха. Агентский корпус сумел донести до жителей этого района понимание полезности такого страхового продукта, и сейчас именно там страхование имущества показывает лучшие по области темпы роста.

– А как страховые компании выявляют потребности своих клиентов по ОСАГО? Звонят

домой? А вот лично мне не нравится, когда звонят и начинают что-то предлагать…

– Согласен, звонки домой не всем нравятся. Но вот пример из недавних. Мы выплатили более 400 тысяч рублей за сгоревший дом в Шербакуле. Пострадавшей семье этой суммы хватает для восстановления и дома, и домашнего имущества. Люди очень довольны. И очень благодарили своего агента за то, что он смог их убедить. Мне и самому не нравится, когда звонят и что-то навязывают. Но поверьте, что хороший продавец знает о ваших потребностях даже больше, чем знаетевы. И когда приходит час «Х» и ты начинаешь понимать, что мог принять нужное решение, но по какой-то причине этого не сделал, – тогда очень обидно. На это даже жалуются порой. Мол, когда мы страховались по ОСАГО, агент не предложил каско. Ко мне реально две такие жалобы поступали. Клиенты попали в ДТП по своей вине, пострадавшим мы возместили ущерб, а они очень были расстроены, что не застраховались еще и по каско. Так что настойчивость агентов – она бывает весьма полезна. На мой взгляд, это даже в некотором смысле наша обязанность – донести до наших клиентов информацию о продуктах, которые защищают их от рисков. Это же наши клиенты, и мы за них переживаем.

– На ваш взгляд, станет ли обязательное страхование ответственности владельцев опасных объектов таким же локомотивом для корпоративного сегмента, как ОСАГО для сегмента страхования физических лиц?

– Не в такой степени, но, безусловно, станет. У любого предприятия, эксплуатирующего опасные объекты, есть потребность и в других страховых продуктах. Предприятия берут оборудование в лизинг, кредитуются. У всех предприятий есть коллективы, которые необходимо страховать от несчастных случаев. Понятно, что любому руководителю необходимо некоторое время для оценки рисков и принятия решений, но, на мой личный взгляд, рынок страхования уже подстегнул новый закон об обязательном страховании ответственности владельцев опасных объектов.

– У вас какая часть страховых сборов приходится сейчас на корпоративный сегмент?

– На сегодняшний день корпоративный портфель у нас – 15-20%. Вопрос еще в том, что большая часть крупных предприятий, представленных в Омске, входит в федеральные холдинги, а они не страхуют риски в регионах. Наши основные клиенты – это средний и малый бизнес. В большей степени – предприятия торговли. Часть предпринимателей

уже страхуют и товар, и магазины, и отделку внутри магазинов. И в этом направлении мы с ними продолжаем активно работать. Хотя дорога впереди у нас еще длинная, конечно.

– Но есть в Омске и ГК «Титан», и НПО «Мостовик»…

– У НПО «Мостовик» несколько страховщиков. Часть рисков страхуем мы, часть – наши конкуренты, и это нормальная здоровая конкуренция. По моим ощущениям, НПО «Мостовик» так же ведет и кредитную политику. Это предприятие наверняка кредитуется не в одном, а в нескольких банках.

– Еще одна новинка 2012 года – новые правила техосмотра автомобилей. В начале года в СМИ было много шума по этому поводу. Сегодня, похоже, все утряслось...

– Да, в первом квартале 2012 года была неопределенность с прохождением техосмотров. РОСГОССТРАХ стал активно развивать партнерские отношения с действующими пунктами инструментального контроля. В Омской области у нас на сегодняшний день подписаны договоры с 30 операторами технического осмотра. Этих операторов мы и предлагаем своим клиентам, которые приходят к нам покупать страховой полис ОСАГО. Эта модель понятная и прозрачная. Клиенты нам верят. К нам идут. Они довольны. Они считают, что партнерские отношения страховой компании с операторами технического осмотра – это правильно. С января мы наблюдаем в этом виде страхования очень хорошую динамику.

– Не могу не спросить о ваших недовольных клиентах. На что жалуются?

– Все жалобы абсолютно разные. Да и жалоб на самом деле не так много, как кажется со стороны.

– А в Интернете их много…

– Не исключаю, что это наши «доброжелатели» пишут. А те, у кого действительно имеются претензии, те не пишут, а обращаются в суд. Да и, потом, не надо забывать, что мы – крупнейшая компания на рынке и в абсолютном выражении число наших клиентов несопоставимо больше, чем у других страховщиков, соответственно, больше и число недовольных. Подобные показатели измеряются не в абсолютных, а в относительных цифрах – в количестве жалоб на число урегулированных убытков или на число заключенных договоров. А этот показатель у нас, поверьте, в пределах нормы.

– Если я правильно понимаю, люди идут в суд, когда не соглашаются с размером выплат по ОСАГО?

– Есть масса людей, которые получили деньги и не испытывают дискомфорта. А есть и такие, кто не соглашается с оценкой ущерба, проведенной независимой экспертизой, которая делается на основе среднерыночных цен, они заказывают еще одну независимую экспертизу и идут с ней в суд, а там уже суд разбирается детально, кто прав, а кто не прав.

– Всегда подозрительно, если оценщики используют некие среднерыночные цены…

– Именно поэтому, чтобы не было разногласий в оценке, мы с прошлого года ввели новую опцию – ремонт на станции по ОСАГО. Причем мы пока единственные, кто предлагает такую услугу. Раньше она была доступна только владельцам полисов каско. А теперь, когда пострадавший обращается к нам, мы направляем его на станцию. Там ему выполняют ремонт автомобиля, а мы оплачиваем счет, который выставляет станция. По такой схеме мы работаем уже с шестью станциями в городе, договорились запустить аналогичную услугу в Полтавке, Тюкалинске, Таре, договариваемся в Калачинске. По итогам апреля из общего количества людей, пришедших к нам с заявлением о возмещении ущерба, 40% отремонтировали свои автомобили на станциях.

– И никаких разногласий по сумме выплат, соответственно…

– Никаких.

– Ну а если кого-то не устроит качество страхового ремонта?

– С теми станциями, кто не выдерживал качества, мы оперативно расстались. Некачественные работы станции переделывали за свой счет. Ну а эти шесть станций, с которыми мы работаем сегодня, – они за качество болеют. С большинством станций есть даже договоренность, что наши клиенты проходят вне очереди. И станции идут на эти условия. Во-первых, им интересен тот объем заказов, который они получают от нас. Во-вторых, если наш клиент останется доволен качеством ремонта, то существует большая вероятность, что он вернется на эту же станцию, когда ему понадобится отремонтировать свой автомобиль в будущем. Или даже поменять масло, сменить шины.

– Значит, скоро аналогичную опцию будут предлагать и другие страховые компании, и ваши конкурентные преимущества нивелируются…

– Это всегда так бывает. Если Росгосстрах придумал что-то новое и у него стало получаться, то в ближайшее время эта услуга или продукт появляются у наших конкурентов. К тому же ОСАГО в любом случае будет развиваться в сторону отказа от денежных выплат. Ни на одном зарубежном рынке, где страхование автогражданской ответственности является обязательным, выплаты деньгами не производятся.

– В Омске работают страховые брокеры?

– Нет, институт страховых брокеров у нас в регионе как-то не сложился. Мы работаем с партнерами, но это так называемые нестраховые посредники, которые имеют с нами партнерские договоры и продают наши полисы. Это и банки, и «Почта России», и федеральные ритейлеры, такие, как «Эльдорадо» и «Евросеть», и местные туристические компании, автосалоны.

– А как вы относитесь к организациям, которые занимаются защитой прав потребителей в сфере страхования? Вы с ними сталкивались когда-нибудь?

– Честно скажу, за то время, сколько я работаю в компании Росгосстрах, ни разу с ними

не сталкивался. Предполагаю, что эти организации живут своей жизнью и участвуют в каких-то процессах, но лично я о них ничего не знаю.

– То есть они не активные участники рынка страхования?

– Наверное, в чем-то они активны. На омском рынке, как я уже говорил, работают 85 страховых компаний. К тому же у ряда страховых компаний в последнее время отзывались лицензии и масса их клиентов осталась вообще без выплат. Работы – поле непаханое на самом деле. Сколько было случаев, когда мелкий страховщик заходил на рынок, давал агентам огромную комиссию, собирал деньги и успешно исчезал.

– Такие страховые компании изначально были организованы мошенниками или эти люди просто не учли свои риски?

– Я не думаю, что это были мошенники. На мой взгляд, люди переоценили свои силы и недооценили объем денежных средств, которые необходимы для того, чтобы успешно работать на этом рынке. В итоге на каждые собранные, условно говоря, 100 рублей они получили 150 рублей выплат. Все эти компании погорели на ОСАГО, которое фактически убыточно. Базовые тарифы с 2003 года не поднимались ни разу, корректировались только тарифные коэффициенты. За это время инфляция уничтожила всю потенциальную доходность ОСАГО. Подорожали расходные материалы, увеличилась стоимость нормо-часа, увеличилось даже количество ДТП.

– Есть еще страховые продукты, у которых коэффициент выплат сопоставим с ОСАГО?

– Высокий коэффициент выплат по полисам каско. Но тарифы по каско, в отличие от тарифов по ОСАГО, можно корректировать в зависимости от конкретной ситуации на рынке и от марки автомобиля.

– Вероятность попадания автомобиля в ДТП зависит и от марки?

– Конечно.

– И какие автомобили, по вашей статистике, бьются чаще?

– С малым объемом двигателя. К большим дорогим автомобилям, что тоже не секрет, у участников дорожного движения больше уважения. С ними все стараются выдерживать дистанцию.

– А со страховыми мошенниками вы не сталкивались?

– Уровень мошенничества в страховании – это стабильно 15-20% от объема выплат. Это мировая статистика, и в России она ничем не отличается. Наш филиал в последнее время со случаями мошенничества не сталкивался, но несколько лет назад наша служба безопасности действительно выявила группу мошенников, которая специализировалась на подставах. Схема была раскрыта, информацию мы передали в правоохранительные органы.

– Во многих случаях, кстати, страховые мошенники действуют в связке с работниками страховых компаний...

– Боремся и с этим. У нас в этом смысле все жестко формализовано, все базы контролируются из центрального офиса, у наших работников минимум возможности повлиять на ситуацию. А если нет возможности, то и соблазн не возникает.

– Как вообще рождаются новые страховые продукты? Их вам центральный офис разрабатывает или это результат инициативы снизу?

– Новые продукты появляются, как правило, от потребности рынка. Вот сейчас у рынка есть потребность, на мой взгляд, в инвестиционном страховании. Это продукт из линейки накопительного страхования жизни, которое было распространено во времена

СССР, а сегодня опять начинает набирать обороты уже с учетом новых реалий, с более интересными условиями. Смысл такого полиса в том, что в течение длительного периода, 10-15 лет, клиент ежемесячно или ежеквартально делает страховые взносы, он застрахован все это время от всех рисков, а на сумму взносов ему еще и начисляется инвестиционный доход от размещения компанией средств в надежные инструменты фондового рынка.

– То есть если я правильно понял, ваши приоритетные направления на этот год – инвестиционное страхование, добровольное страхование имущества физических лиц и каско?

– В принципе мы все продукты развиваем, но приоритеты вы перечислили верно. Это те направления, где мы рассчитываем на хорошую динамику. Первый эшелон – накопительное страхование жизни и страхование имущества физических лиц. Второй эшелон – каско и продукты для юридических лиц, партнерские продажи. Но самый главный показатель для нас, конечно, – это доля на рынке.

– И какую долю вам бы хотелось занять?

– Более 20%.

– Помнится, было время, когда агенты кочевали из одной страховой компании в другую. Сейчас уже нет такого «переселения народов»?

– Определенная часть агентов действительно соблазняется более высокими комиссионными. Многие из них, хлебнув горя, уже не по одному разу возвращались обратно.

– Мне почему-то кажется, что в детстве вы не мечтали стать страховщиком. Так что же вас сподвигло прийти после вуза страховым агентом в Росгосстрах? Деньги нужны были?

– Безусловно, деньги были важным фактором, но не единственным. Скорее имело место стечение обстоятельств. Но страховая деятельность меня интересовала и сама по себе, я еще в студенческие годы много читал статей в различных бизнес-изданиях о страховом рынке, и когда появилась возможность попробовать свои силы, то выбрал именно этот путь. И ни разу не пожалел, хотя в то время, когда я пришел в компанию Росгосстрах страховым агентом, еще не было обязательных видов страхования, страховой рынок был сжат, и работалось нам реально сложно. Сейчас рынок очень изменился. И страховые компании изменились.

– В страховании все еще можно сделать карьеру, если начинать с простого агента?

– За всех сказать не могу, но у нас можно. Корпоративная система обучения действует, компания вкладывает деньги в персонал, помогает развивать навыки, которые позволяют стать успешным, и люди растут, делают карьеру. Главное, чтобы было желание.

Источник: Коммерческие вести, 22.05.12