Евгений Дубенский, президент Союза страховщиков Петербурга и Северо-Запада, директор Северо-Западной дирекции страховой компании «Альянс», рассказал о законодательном регулировании страхового рынка, а также объяснил, почему продажи через Интернет пока не превышают 5%.

– Евгений, ведение дел страховщиков перевели в ФСФР. Что изменилось и что может измениться с появлением мегарегулятора?

– Я вижу плюсы в том, что Федеральная служба по финансовым рынкам (ФСФР) поглотила ФССН и сегодня мы в живом диалоге с ФСФР. Сначала, безусловно, был период адаптации, было много вопросов, новых требований, появилась практика применения штрафов.

– А за что чаще всего сегодня штрафуют страховщиков?

– За нарушение сроков предоставления отчетности, невыполнение предписаний, которые выставлялись компании, а она вовремя не отреагировала. Сейчас система штрафов не бездумна: страховщики сделали выводы, диалог с надзорными органами налажен. Что будет с появлением мегарегулятора – неясно, но ФСФР нельзя просто растворить в ЦБ РФ, потому что страховщики регулируются ими по-разному. Стандарты

ЦБ невозможно автоматически применить к фондовому и страховому рынку.

– Многие участники рынка говорят о расколе страхового сообщества на ВСС и ССР.

– В России есть Всероссийский союз страховщиков (ВСС), в который входят все страховые компании, и недавно образовавшаяся саморегулируемая организация – Союз страховщиков России (ССР), который объединяет 30 компаний. Но те компании, которые вошли в него, не покинули ВСС. Думаю, ни ВСС, ни ССР не допустят раскола, потому что слишком много задач и проблем стоит перед страховым сообществом.

– Страховое сообщество сейчас активно обсуждает либерализацию тарифов на ОСАГО, о которой заявляло Министерство финансов РФ. Как, по вашему мнению, могут измениться тарифы и когда закон может быть принят?

– Идей по поводу поправок к закону об ОСАГО довольно много, причем многие из них противоречат друг другу. Предложение Минфина не лишено смысла: с 2003 года базовые тарифы по ОСАГО не менялись. При этом с 2003 года стоимость бензина с 12 рублей выросла до 30, стоимость ремонтных работ также существенно изменилась. Например, лимит выплат при страховании ответственности перед пассажирами авиационного транспорта составляет 2 млн рублей, выплаты государства по каким-то стихийным бедствиям достигают порой 1,5–2 млн рублей. А максимальная выплата по имуществу в ОСАГО по-прежнему составляет 120 тыс. рублей, и этих денег просто недостаточно для компенсации ущерба в современных условиях. В Петербурге автопарк за последние годы качественно изменился, появилось много иномарок, а это машины, средняя стоимость которых превышает 500 тыс. рублей, и при серьезной аварии на 120 тыс. рублей их не отремонтировать. Поэтому уже давно назрел вопрос увеличения лимитов выплат. Как увеличение лимита выплат будет сочетаться с тарифами, станут ли тарифы едиными или будет установлен тарифный коридор, какой будет поправочный коэффициент – пока неясно. У меня есть большие опасения, что эти плавающие тарифы породят ситуацию, когда многие компании будут бороться за клиента, не улучшая сервис, а просто предлагая полис по нижней планке страховых тарифов. Ввести тарифный коридор, не ужесточая требования к страховщикам, нельзя. И уж точно открыть тарифы на свободном рынке было бы ошибкой.

– Есть ли какие-то сложности с допуском страховщиков к новому виду страхования пассажироперевозчиков?

– Я считаю, что особой проблемы с допуском нет. Пример обязательного страхования опасных производственных объектов (ОПО, было введено с 2012 года. – «ДП») показал, что подход к выдаче лицензий был либеральным. В обязательном страховании ответственности перевозчиков будет аналогичная ситуация. Драконовские правила не будут вводиться. Вопрос сейчас скорее в тарифах – поскольку они до сих пор не утверждены. Нормативные акты, необходимые для исполнения закона, тоже не готовы. А закон вступает в силу с 2013 года. И это очень беспокоит участников рынка.

– Рынок меняется, глобализируется. Как скажется приход западных игроков после вступления в ВТО?

– Сложно сказать, ведь это будет только через 9 лет, нужно определить правила прихода новых участников рынка. Крупные западные игроки давно работают в России, и открывать новые представительства им просто нет смысла. Исходя из личного опыта работы в западной компании, могу отметить, что помимо бренда, определенного уровня гарантий, качества услуги мы получаем от наших иностранных коллег новые технологии, корпоративную культуру, инвестиции. Мы изучаем и перенимаем опыт работы Allianz в странах в том числе с развивающейся экономикой: Бразилии, Индии, Юго-Восточной Азии.

– Есть ли в Петербурге страховые компании, которые были бы интересны для покупки, учитывая глобализацию рынка?

– В Петербурге страховой рынок – это преимущественно филиалы федеральных игроков. Есть местные компании, но их доля не более 5%. Интересные компании для покупки, конечно же, есть, это в первую очередь страховщики, обладающие устойчивым диверсифицированным портфелем.

– Продолжая тему глобализации: в январе 2012 года вступил в силу закон о повышении уставного капитала страховщиков. Много ли компаний покинуло рынок?

– Даже без закона об уставном капитале на рынке прослеживается тренд на

укрупнение игроков. Компаний объективно становится меньше. Закон скорее подтолкнул к уходу с рынка неблагонадежных и слабых игроков. На начало 2012 года в России было 572 страховые организации, и за 9 месяцев отозвано 80 лицензий. ФСФР не делает резких шагов, здесь важен принцип постепенности. Петербургские компании тоже уходили, но для рынка это не стало серьезным потрясением. К сожалению, они были связаны в основном с автострахованием: компании, имевшие на бумаге большие активы, покидали рынок по-плохому, не выплатив пострадавшим.

– Сейчас много каналов продажи полисов. Как меняется доля проданных полисов по каналам?

– В страховых компаниях сегодня есть два главных направления: корпоративные и агентские продажи. У крупных страховщиков больше чем два канала продаж. К примеру, в «Альянсе» диверсифицированный портфель продаж: треть приходится на агентов, треть – на корпоративные продажи, и столько же – на партнеров. Партнерский канал продаж – это работа с посредниками: лизинговыми компаниями, автодилерами, брокерами. Есть еще новый канал – банкострахование, или страхование клиентов банка. Есть прямые продажи – это работа с клиентом без посредников, это колл-центры, телемаркетинг, продажи через Интернет. У нас эта тема приоритетна. За этот неполный год в «Альянсе» продажи через Интернет выросли на 40%, правда, лишь до 2% общего сбора премий.

– Почему такой небольшой процент?

– Это связано со спецификой коммуникаций в страховой отрасли. Страхование – это услуга, при которой необходима личная встреча с продавцом, ведь ты продаешь что-то неосязаемое, по сути, доверие, а не просто документ на бумаге. Клиенту должен понравиться офис, продавец – вызвать уважение. В Интернете другая технология продаж – здесь коммуникации безличны. На Западе 70% продаж происходит с использованием новых интернет-технологий. У нас же, несмотря на большие темпы роста продаж различных гаджетов и развитие Wi-Fi-сетей, развитие этого сегмента сдерживается еще законодательно и технически. Поэтому доля интернет-продаж на рынке незначительна – не более 5%.

– Банкострахование, о котором вы говорите, сегодня довольно популярно. Какие перспективы у этого сегмента, по вашему мнению?

– Если 2–3 года назад это в основном была работа с банками по страхованию залогов и ипотечных рисков, то сегодня банкострахование набирает обороты во многом за счет того, что банк становится агентом страховых компаний и продает их продукты. Идет расширение культуры и знания продуктов, идут дополнительные доходы банкам и страховщикам. Этот рынок может вырасти в разы в следующем году. Растут продажи и страхования жизни через банки, однако по-прежнему эта доля очень мала: так, например, в России, страхование жизни занимает 5% рынка, а в развитых странах – до 60%.

– С чем связано его низкое проникновение?

– У нас высокая инфляция, а инвестиционный доход по страхованию жизни примерно такой же, как на Западе. Мало кто думает о том, что, застраховав жизнь, он покупает защиту себе и своим близким. А это важный социальный момент. Ведь жизнь – это ваш актив, вы можете на нем зарабатывать и капитализировать его. Это простая мысль, но у нас этого пока не понимают. Молодые об этом редко задумываются, а когда тебе 45 лет – мало что меняется, люди по-прежнему сложно подходят к страхованию жизни. Они вспоминают 1990-е годы, когда вклады пропали. Однако при этом депозиты пользуются сегодня популярностью, а страхование жизни – нет.

– Но у банковских депозитов есть гарантия: вклады до 700 тыс. рублей застрахованы, а что у страховщиков?

– Аналогичного фонда у страховщиков нет (кроме ОСАГО), и к его созданию нужно подходить с осторожностью, чтобы не получилось так, что крупные и успешные страховщики будут платить за слабых, за их просчеты, а возможно, и преднамеренные ошибки.

– Какие виды страхования будут двигать рынок в 2013 году?

– Это по-прежнему будут ДМС и автострахование. Кроме того, объемы рынку добавят обязательное страхование ОПО и сельхозстрахование. Новых видов страхования и

продуктов на рынке я не ожидаю – разве что могут появиться комплексные или комбинированные продукты на основе уже существующих. Сейчас едва ли есть какая-то идея на Западе или на Востоке, которой пока нет в России. Многие идеи не подходят нашему рынку, некоторые требуют времени и изменения менталитета.

– Какие у компании «Альянс» планы в Петербурге?

– Мы запустили новую уникальную услугу по каско «Выплаты без справок». Клиент без предъявления справок и ограничений по количеству обращений может возместить ущерб при повреждении кузовных элементов, стекол, зеркал и фар. Это продукт, который, возможно, изменит привычное представление клиента. Кроме того, в следующем году в наших планах расширение розничной сети с 12 до 20 офисов продаж.

– Какой рост рынка можно ожидать в следующем году?

– Меньше, чем в этом, – не более 6–8%. Есть ощущение предкризисного состояния: резких антикризисных мероприятий на рынке пока нет, но клиенты выжидают. Лучше к зиме готовиться заранее, а не тогда, когда уже неожиданно выпал снег. Опыт 2008 года в памяти, и многие понимают, как было тяжело им и их конкурентам. Но если предположить, что будут кризисные явления, то у страховщиков есть временной лаг в полгода, и резко рынок не упадет.

Евгений Дубенский родился 9 июня 1971 г*. в Петербурге. Окончил Санкт-Петербургский университет экономики и финансов. В страховании работает с*
1992 г
. В течение 5 лет работал в эстонской СК Nordika Insurance Co, где прошел путь от андеррайтера до члена правления. В
1998 г
. перешел на работу в «ЭРГО Русь», вошел в состав правления, с
2007 г
. – первый заместитель гендиректора. В апреле
2010 г
. назначен директором Северо-Западной дирекции СК «Альянс». С
2008 г
. – президент Союза страховщиков Петербурга и Северо-Запада.

ОАО «СК «Альянс»

Компания создана в 1991 г. как ОАО «РОСНО». В июле 2001 г. 45,47% акций компании приобретает Allianz, в 2007 г. – увеличивает долю до 100%. В 2011 г. начинают сливаться три российские компании Allianz – РОСНО, «Прогресс-Гарант» и САК «Альянс». За 9 месяцев 2012 г. страховые премии группы достигли 23,312 млрд рублей. Северо-Западная дирекция СК «Альянс» создана в 2004 г. За 9 месяцев 2012 г. объем сборов Северо-Западной дирекции составил 1,8 млрд рублей, объем выплат – 1,02 млрд рублей.

Источник: Деловой Петербург , 215, 29.11.12

Автор: Ахмедова А.