*Майя Тихонова, генеральный директор страховой компании «Согласие», – о развитии бизнеса в нынешних условиях, влиянии санкций на страховой рынок и «умном» страховании.*

– Как текущая ситуация в российской экономике затронула рынок страхования?

– Процессы, происходящие в национальной экономике, неизбежно отражаются на страховом рынке. Стагнация экономического роста, снижение ликвидности, удорожание стоимости кредитов, а также сокращение платежеспособного спроса – все это оказывает негативное воздействие на страховой бизнес. Снижение динамики продаж особенно заметно в прежних локомотивах страхового рынка: автокаско и страховании беззалоговых заемщиков. За первые семь месяцев 2014 года рынок продаж новых автомобилей сократился на 10%, а из-за стагнации выдачи новых потребительских кредитов в первом полугодии 2014 года рост банковских портфелей составил менее 4%. Это заставило страховщиков пересмотреть свои бизнес-модели.

– Каким образом?

– Многие компании акцентируют внимание на качестве портфеля и его рентабельности, стараясь уйти из убыточных линий корпоративного и розничного бизнеса: сельхозстрахования, международных программ морского страхования, страхования ответственности туроператоров, добровольного страхования автогражданской ответственности и т.д. Тем не менее мы наблюдаем рост интереса к программам долгосрочного страхования жизни (как накопительного, так и по рискам критических

заболеваний), страхования недвижимости физических лиц, бытовой и цифровой техники.

– Как изменились финансовые показатели страхового рынка в этом году? Какие прогнозы на 2015 год?

– Очевидно, что основные показатели страхового рынка в 2014 году будут хуже, чем в предыдущем. Уже сейчас видна тенденция сокращения роста страховых сборов: с 23% за первую половину 2012 года до 13% по итогам первого полугодия 2013 года и до 8,5% за аналогичный период в 2014 году. Насколько хуже будет итог 2014 года, зависит от двух факторов. Первый – объективная динамика экономических показателей: производства и потребления. Второй – политика страховщиков в высокоубыточных сегментах, клиентских группах и каналах продаж.

Давление на страховой рынок оказывает резкое снижение рентабельности в ключевых линиях корпоративного бизнеса крупнейших страховщиков. Причина – масштабные промышленные аварии в конце 2013-го – 2014 году, череда неудач с запуском и эксплуатацией телекоммуникационных спутников, серьезные происшествия с железнодорожными составами в Кировской, Ростовской и Рязанской областях. Все это становится испытанием финансовой устойчивости не только прямых страховщиков пострадавших объектов, но и всего страхового рынка, так как в перестраховании этих активов участвовал самый широкий круг российских компаний.

– Отразилось ли на страховом бизнесе введение санкций?

– Да, они серьезно повлияли на российский перестраховочный рынок. Практически для всех крупных отечественных предприятий, попавших под санкции, западный перестраховочный рынок в один момент стал закрытым.

Возникла парадоксальная ситуация, когда страховщики, имеющие в своем портфеле таких клиентов, продолжают нести ответственность по рискам, а перестраховочная защита для них отсутствует. При этом перестраховочная премия по таким клиентам уже оплачена западным перестраховщикам.

Прямой альтернативы в полном объеме западному размещению, к сожалению, пока нет. Однако при поддержке ЦБ РФ уже начат диалог с представителями ведущих страховых компаний о создании «национальной перестраховочной емкости», которая бы позволила избежать негативных санкциональных последствий.

– Есть ли сегменты страхового рынка, которые не ощутили проблем?

– Есть сегменты, которые начали интенсивно развиваться за счет переориентации агентов с автострахования на другие виды страхования. Страховые агенты теряют привычные объемы продаж в автостраховании: комиссия по ОСАГО в большинстве компаний обнулена, объемы продаж автокаско на фоне роста тарифов и снижения продаж новых автомобилей значительно падают. Поэтому агенты больше заинтересованы в предложении клиентам программ защиты недвижимого имущества. Развиваются продажи так называемых коробочных, то есть без осмотра, программ страхования недвижимости через банки. Кредитные организации столкнулись с ростом плохих долгов и снижением спроса со стороны хороших заемщиков на потребительские кредиты, а потому активно загружают свои офисы продаж дополнительными финансовыми услугами, в том числе страховыми.

Через банки активно продвигается накопительное страхование жизни, особенно инвестиционные программы.

– Как СК «Согласие» развивает классические продукты? Есть ли ноу-хау, которые отличают вас от конкурентов?

– Сегодня СК «Согласие» представляет линейку продуктов по всем видам страхования. Это более 200 страховых продуктов как для частных, так и для корпоративных клиентов. Мы постоянно ищем новые каналы продаж и обновляем продукты, чтобы они были интересны клиентам, соответствовали их быстро меняющимся потребностям. Одна из основных задач при обновлении продуктов – это расширение сервисной составляющей и страхового покрытия. Например, мы увеличиваем лимиты по выплатам без справок из компетентных органов по каско или при страховании мобильных телефонов предлагаем дополнительное покрытие от механических повреждений телефонов.

В рамках наших классических, не «коробочных» продуктов даем клиенту возможность самому создавать продукт, предоставляя наиболее широкие возможности по его конфигурации. Например, в рамках страхования гражданской ответственности при эксплуатации квартиры клиент может застраховать как имущественный ущерб соседям, так и вред жизни и здоровью.

– Расскажите о наиболее перспективных тенденциях рынка. Возможно, есть совершенно экзотические на первый взгляд направления, у которых большой нереализованный потенциал…

– Мы работаем в достаточно большом сегменте инновационного бизнеса, предлагая клиентам максимально простое и легкое оформление полисов, что называется, в одно касание. Так, например, недавно мы запустили совместно с брендом «Билайн» мобильный полис – страхование квартир с оплатой со счета мобильного телефона.

Активно развиваем и другие направления так называемого умного страхования. Планируем уже в этом году запустить проект, связанный с телематикой, которая дает возможность учесть стиль вождения каждого клиента при определении стоимости автокаско. Кстати, за границей это уже давно практикуется. В условиях текущего кризиса на рынке автострахования запуск таких программ поможет страховщикам улучшить финансовый результат и даст рынку шанс продолжить поступательное движение вперед.

– Крупные компании в сложные экономические времена начинают сокращать региональную сеть. Как к такой политике относитесь вы?

– Разрушить проще, чем создать новое, я против политики глобального сокращения сети продаж. Подбор сотрудников, офисов, их оснащение требуют достаточно много затрат, как материальных, так и трудовых ресурсов для их организации и запуска. Выстраивая свою сеть, компании, как правило, просчитывают экономический эффект, а не действуют бездумно, лишь бы открыть еще одну точку.

Другое дело – оптимизация сети, когда закрываются нерентабельные офисы продаж, но не в массовом порядке, а точечно. Это процессы, постоянно происходящие в нашей компании на протяжении 21 года. «Согласие» обладает одной из самых крупных сетей, которая насчитывает 580 офисов продаж по всей России. В крупных городах мы представлены несколькими офисами, а в некоторых регионах присутствуем даже в поселках и деревнях. Недавно принятая региональная стратегия компании заключается именно в оптимизации региональной сети за счет сокращения нерентабельных офисов.

– Страховая компания «Согласие» собирается работать на территории Крыма?

– Когда к РФ присоединилась Республика Крым, мы решили там работать. На данный момент изучаем и анализируем рынок, постепенно интегрируя под его особенности и потребности населения наши продукты и услуги. Уверена, что крымчане по достоинству их оценят, как и около 2 млн наших клиентов и партнеров, которые на протяжении 21 года доверяют СК «Согласие» защиту своих рисков.

**Источник: РБК daily , 07.10.14**