•

Проблемы регионального страхового рынка и участие перестраховщиков в их решении

Региональные страховые компании отмечают значительное снижение активности всех категорий клиентов. Сами же страховщики, будучи клиентами перестраховочных компаний, рассчитывают на поддержку последних для совместного преодоления кризисных явлений. Об этом в своём интервью рассказывает генеральный директор стра-



ховой компании ООО «Северная казна» Александр Меренков.

Современные страховые технологии: Александр Владимирович, как изменилась картина рынка страхования в регионах: до кризиса и после его начала? И где, по-Вашему, проходит граница начала кризиса? Ведь многие ваши коллеги говорят о том, что страхование на несколько месяцев «отстаёт» от остальных сегментов финансового рынка в погружении в кризис...

Александр Меренков: Начало кризиса у каждого своё, и его наступление зависит от множества факторов: на каком поле работала компания, кто был её основными партнёрами и клиентами, в каком регионе представлена. Для большинства страховщиков Свердловской области и ряда других областей Уральского федерального округа кризис начался в октябре прошлого года одновременно с банковским кризисом. Просто в этот момент в одночасье свернулись и кредиты банков, и лизинговые сделки, и продажи автомобилей в автосалонах — а ведь для многих компаний эти каналы продаж обеспечивали существенную долю в портфеле. Для кэптивных компаний проблемы наступили чуть позже, в ноябре, когда промышленные предприятия сократили все свои стра-





76 В регионах

ховые программы. В целом картина рынка выглядит теперь так: практически полностью перекрыт поток полисов от таких корпоративных посредников, как банки, лизинговые компании, автосалоны; значительно сократился сегмент страхования рисков крупных и средних предприятий; малый бизнес, который не страховался в больших объёмах и до кризиса, по-прежнему не спешит стать клиентом страховщиков; физические лица уменьшили расходы на страхование, так как многие люди либо потеряли работу, либо работают за меньшую зарплату.

ССТ: Каков Ваш прогноз по развитию регионального рынка страхования?

А. М.: Как я уже сказал, мы наблюдаем снижение активности всех категорий клиентов. По моим прогнозам, к концу текущего года предприятия крупного и среднего бизнеса сократят свои бюджеты на 60–80%, то есть будут страховать только самое необходимое и обязательное. А малый бизнес, который ранее почти не страховался, может, кстати, немного подрасти – процентов на десять. Рынок физлиц упадёт на 30–40%.

ССТ: А роста выплат Вы ожидаете?

А. М.: Я полагаю, что рост выплат будет происходить по нескольким причинам: во-первых, происходит активный рост цен – это увеличит выплаты на 30–40 % по итогам 2009 года. Ухудшение общей криминогенной ситуации тоже прибавит 10%.

ССТ: А собственно страховое мошенничество?









А. М.: Его вес в утяжелении бремени выплат я бы тоже оценил в 10–15%. Ну, с этим злом бороться можно только общими усилиями: единые базы данных, слаженные действия служб безопасности страховых компаний, привлечение правоохранительных органов, ужесточение наказаний за мошенничество в страховой сфере в УК...

CCT: Возрастёт ли себестоимость бизнеса? Какие статьи расходов вырастут, а какие, может быть, станут более «экономными»?

А. М.: Очевидно, что экономить будут за счёт зарплаты персонала, которая повсеместно сокращается, зачастую вместе с количеством персонала, снижения затрат на содержание офисов, связь, транспорт. В общем, уйдут «понты» – всё то лишнее, что не нужно для работы. И это до конца 2009 года даст экономию процентов 30–40.

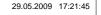
Зато выросший объём выплат вкупе с расходами на продвижение и продажи страховых продуктов даст рост затрат бизнеса примерно на 60%. Так что в целом можно сказать, что в 2009 году себестоимость бизнеса вырастет, а не снизится, несмотря на все попытки сэкономить.

CCT: Есть ли разница в том, как региональные и федеральные («московские») компании переживают кризис? Кому из этих двух категорий легче?

А. М.: Разница есть. Дело в том, что до кризиса региональные страховые компании просто не имели допуска к страхованию







78 В регионах

рисков с низкой убыточностью (промышленные предприятия, крупные финансовые структуры), поэтому не смогли достаточно накопить финансовых ресурсов. К тому же у многих «регионалов» учредители сами попали в тяжёлую финансовую ситуацию и сейчас не могут помочь страховщикам. А «москвичам» легче с точки зрения денег, но зато они проигрывают местным в оперативности принятия решений. Отставание московских компаний от региональных в реакции на изменения рыночной конъюнктуры составляет примерно 3–5 месяцев. А это может стать серьёзным конкурентным преимуществом местных.

ССТ: Вы ожидаете сокращения числа региональных страховых компаний?

А. М.: Да, я думаю, в концу нынешнего года их количество уменьшится на треть – и за счёт ухода игроков с рынка, и за счёт концентрации бизнеса.

ССТ: В чём основная причина ухода регионалов с рынка? А. М.: Причины очевидны: низкая капитализация и нехватка собственных средств, сокращение поступлений взносов, увеличение затрат на ведение бизнеса и выплаты, некачественный менеджмент. Кстати, я думаю, что в такой же пропорции (процентов на 30) сократится и количество филиалов федеральных компаний — за счёт давно убыточных или ставших убыточными в кризис структурных региональных единиц. Полагаю, многие компании в условиях сокращения объёмов взносов прекратят тратить деньги на филиалы «для престижу», то есть, только чтобы быть «крупным федеральным игроком», и начнут структурировать сеть, исходя из рентабельности и эффективности.

ССТ: Как изменится роль брокеров и других корпоративных посредников? Какие каналы привлечения клиентов станут наиболее значимыми для региональных страховых компаний? А. М.: Я считаю, что роль брокеров должна вырасти, так как в ряде местностей, особенно в малых городах России, наличие более одной страховой компании нерентабельно для всех остальных. Поэтому проще организовывать продажи страховых продуктов всех остальных страховщиков через брокера. Тогда получается, что есть один страховой магазин на город, он торгует страховками 20 страховых компаний, он же занимается урегулированием убытков.







По сути это принцип «Евросети». Основные каналы для регионалов – офисные продажи, продажи через посредников, Интернет.

ССТ: Какие тенденции в управлении страховым бизнесом будут преобладать в ближайшее время в регионах?

А. М.: Я полагаю, руководители компаний всё охотнее будут передавать на аутсорсинг всё то, что самим делать дорого и неэффективно, например, юридическое, актуарное обслуживание, сюрвейерские услуги, услуги аварийного комиссарства, маркетинг. Вторая важная тенденция – максимальная автоматизация всех бизнес-процессов, что также должно вести к снижению себестоимости. И третье, что хотелось бы отметить: всё больше внимания будет уделяться внедрению систем и технологий оценки эффективности направлений бизнеса и деятельности менеджеров.

ССТ: В марте в своём выступлении на XIII Всероссийской конференции по перестрахованию вы говорили о том, что перестрахование может сыграть очень важную роль в преодолении негативных последствий кризиса региональными страховыми компаниями. Чем же может помочь перестраховщик региональному страховщику?

А. М.: Я бы выделил несколько основных направлений такой «помощи»: оперативное реагирование на запросы страховщиков, особенно по корпоративным клиентам и новым продуктам; введение гибких систем оплаты договоров, возможность рассрочки и взаимозачетов; корректировка уже заключенных облигаторных договоров перестрахования под корректируемые условия страхования и в целом нестандартный индивидуальный подход к потребностям и запросам страховщика, которые бывают вызваны специфическими условиями страхования для отдельных сегментов и рынков. Очень неплохо бы разрабатывать новые «кризисные» условия договоров, например, такие как возможность проплат перестраховщиком по поручению страховщика напрямую клиенту - это важно, особенно при крупных суммах выплат.

Эти шаги перестраховочных компаний «навстречу клиенту» сейчас действительно необходимы. Поскольку никаких законодательных и регуляторных ограничений к их реализации нет, то это вопрос исключительно доброй воли участников рынка.

Беседовала Оксана Рустамова



