ПОРА ДОГОВОРИТЬСЯ!

Андрей Петренко

в 1986 году окончил Московское высшее техническое училище имени Н. Э. Баумана (в настоящее время – Московский государственный технический университет). В автобизнесе с 1994 года. С 1996 года – генеральный директор RTDService. С 2011 года является президентом Ассоциации «Российские автомобильные дилеры».

Ассоциация «Российские автомобильные дилеры» (РОАД) – профессиональное объединение официальных дилеров России.
Основана в 1994 году. Представляет интересы более 500 дилерских центров. В рядах РОАД крупнейшие федеральные дилерские сети (Рольф, Автомир, Независимость, ТТС, БизнесКар, Дженсер, АвтоСпецЦентр, Модус, Мега-Авто, СИМ и др.), большое количество монобрендовых столичных и региональных дилерских предприятий. На долю компаний, входящих в РОАД, приходится почти 40% продаж иномарок в России.

Фото: РОАД

Новая методика расчета авторемонта по ОСАГО может привести к прекращению взаимоотношений страховщиков и официальных автодилеров, считает президент Ассоциации «Российские автомобильные дилеры» Андрей Петренко. Он предлагает страховым компаниям, автодилерам и производителям автозапчастей сесть за стол переговоров.

«Современные страховые технологии»: Андрей, как Вы могли бы охарактеризовать отношения, которые сегодня существуют между страховщиками и официальными автодилерами? Как развивается сотрудничество? Что хорошо, а что плохо?

Андрей Петренко: Отношения развиваются. Однако скажу откровенно, возможно, это происходит из-за слишком быстрого развития рынка, но страховщиков и официальных дилеров больше заботят вопросы собственных доходов, собственных продаж, нежели выстраивание отношений взаимовыгодного сотрудничества.

Вокруг продажи и эксплуатации автомобиля концентрируются интересы четырех участников – это автовладелец, страховая компания, официальный дилер и завод-производитель. Именно завод-производитель поставляет нам запчасти и комплектующие, которые мы используем при ремонте автомобиля. Можно сказать, что ситуация, когда мы плотно общаемся со страховщиками на уровне решения концептуальных задач, пока не сложилась. Как известно, в страховых компаниях за работу с дилерами отвечают два подразделения – отдел продаж полисов КАСКО и ОСАГО и отдел урегулирования убытков. Данные подразделения обычно внутри страховой компании почти не взаимодействуют друг с другом. Для дилера же объем продаж полисов и объем совершаемых по страховке ремонтов автомобилей взаимосвязан.

В настоящее время состояние автомобильной отрасли таково, что основной доход дилеру приносят именно обслуживание и ремонт автомобилей, а не их продажи. Поэтому для автодилеров было бы важно иметь какой-то единый документ, регламент, позволяющий предусмотреть предоставление определенного объема ремонтных услуг при условии продаж определенного количества полисов КАСКО и ОСАГО. Сейчас такого документа нет.

Страховщики не ведут переговоры с нашей ассоциацией. Они предпочитают договариваться отдельно с каждым дилером и по объему ремонта и по объему продаж, и по комиссии. Может быть, это проблема роста. Но те концептуальные вопросы, которые можно и нужно было решать на отраслевом уровне, ассоциацией не решены и не решаются до сих пор. Я недавно выступал на собрании в Российском союзе автостраховщиков (РСА), где предложил начать диалог. Бизнес – это улица с двусторонним движением.

Он может быть эффективен и может жить долго, если интересен всем участникам бизнес-процесса. Как только интересы одной из сторон начинают доминировать, для прочих участников этот бизнес становится не интересен. Сейчас это особенно остро ощущается при обсуждении стоимости авторемонта, стоимости запасных частей. Мое глубокое убеждение, что все эти вопросы мы должны решать сообща.

Мы столкнулись с ситуацией, когда для страховщиков становится новостью увеличение стоимости запасных частей. А рост цен происходит каждый год. Ежегодно происходит торговля по тарифам, но именно в этом году страховщики не хотят знать о том, что заводы-производители поднимают цены на запчасти. Не могу сказать, что это характерно для всех страховых компаний, но такие прецеденты есть. Наиболее острые дискуссии у нас возникли с «Ингосстрахом».

«ССТ»: И что в таком случае происходит?

А.П.: Если страховая компания не согласна с дилерским прайсом (который, на самом деле, не зависит от решений дилера, цены определяет завод-производитель) то, очевидно, необходимо усадить за стол переговоров три стороны: страховщиков, завод и дилера. Самое главное – наши предложения – это не изобретение велосипеда, все эти разногласия давно преодолены в Европе. Там существуют договоренности по ценам на запасные части от производителей. Есть опыт, которому нужно следовать.

«ССТ»: Почему же РОАД до сих пор не договорилась со страховщиками?

А.П.: Исторически сложилось, что каждый решал свои вопросы применительно к своим клиентам. Так, страховой бизнес говорил: «У меня есть свои клиенты, и я сам решу с ними все вопросы». Но характер вопросов изменился. Сейчас он стал более глобальным и более концептуальным. Те же самые взаимоотношения страховых компаний с клиентами привели к колоссальным убыткам, которые им приходится возмещать через суды.

Наверное, такая ситуация является последствием того, что мы пропустили в развитии наших отношений период, когда нужно было сесть и договориться, скооперироваться. Нам со страховщиками нужно понимать, что у нас один бизнес и один клиент. Если дилеры думают, что они очень хорошо разбираются в страховании, а страховщики уверены, что они большие специалисты в авторемонте, то все они глубоко заблуждаются.

Мы предлагаем со своей стороны, от лица РОАД, вполне конкретные вещи: создать рабочую группу совместно с РСА, которая бы периодически, например, раз в месяц, плотно общалась с целью выявить наиболее важные проблемы, которые существуют во взаимодействии страховщиков и дилеров. Сейчас у дилеров бытует мнение, что страховой бизнес супер

выгодный, а страховщики уверены, что дилеры гребут деньги лопатами. При этом ни мы не понимаем механизма страхового бизнеса, ни страховщики не разбираются в механизме бизнеса дилеров, какие издержки мы несем и т.д.

В моей практике был очень хороший опыт, когда мы организовали ассоциацию дилеров Renault для общения с производителем; для того чтобы всем говорить на одном языке, мы организовали общее обучение.

Во время обучения мы попросили сделать очень простое упражнение: официальным дилерам дали нарисовать управленческий баланс производителя, а производителям – баланс дилера. Конечно, были предоставлены все необходимые данные, чтобы расчеты были проведены корректно. В результате, когда стороны увидели реальную картину, как формируются издержки и доходы у партнерской стороны, многие вопросы снялись. В отношении автодилеров со страховщиками в настоящий момент преобладает мнение, что у партнера «щи гуще и жена красивее».

«ССТ»: Каким же образом можно наладить общение?

А.П.: Прежде всего, нужно выработать формат общения, обозначить три самых одиозных вопроса от дилеров к страховщикам и от страховщиков дилерам и обсудить их.

«ССТ»: Андрей, а Вы не могли бы сейчас сформулировать вопросы к страховщикам?

А.П.: Первый вопрос – привязывание сервисного ресурса к продажам полисов. Безусловно, мы понимаем, что для каждой страховой компании и для каждого автодилера эти условия будут немного меняться. Есть крупные дилеры, есть мультимарочные дилеры, есть Москва, Питер, есть регионы. Но, как некоторый стандарт взаимных обязательств, базовые условия сотрудничества должны быть. Сейчас у нас автодилеры часто сталкиваются с такой практикой: автодилер исправно продает страховки в оговоренном объеме для какой-то страховой компании, вдруг объем ремонтного ресурса от нее начинает существенно снижаться. Что делает дилер? – а эти действия нигде не прописаны и ни с кем не согласованы, – он перестает продавать страховки этой компании.

После этого прибегают сотрудники страховщика, отвечающие за продажи полисов, узнать что случилось, и мы просим их разобраться со своими же подразделениями, которые занимаются ремонтом автомобилей. Такая ситуация повторяется с маниакальной периодичностью.

Применяемый автодилерами механизм регулирования работает, но все происходит очень медленно. Процесс урегулирования занимает не менее полугода. Мне кажется, что лучше сразу договориться о правилах игры, определить рамки отношений, установить правила, которые удобны и выгодны для всех участников.

Вторая наболевшая проблема – наши общие со страховщиками

отношения с производителем. Например, ситуация по дешевым автомобилям. Цена автомобиля невысока, потому что технология его сборки существенно упрощена. Крыло автомобиля можно привинтить, приклепать или приварить. При попадании в ДТП все три варианта сборки будут вести себя совершенно по-разному. Процессы физики никто не отменял.

При сборке на винтах повреждений прочих деталей не происходит, а при сварке – деформация сопряженных деталей весьма существенна. Деформации, которые разные сборки передают другим частям автомобилей, разные и, следовательно, требуемый объем ремонта также будет разным. Автодилеры среднего ценового диапазона и автомобилей эконом-класса становятся заложниками политики заводов-производителей. Для таких автомобилей стоимость ремонта может быть сравнима со стоимостью покупки автомобиля. В этом случае страховая компания предпочитает автомобиль списать по тотальному ущербу и, следовательно, несет больший убыток, а автодилер лишается ремонта. Причина же – метод сборки, применяемый заводом.

«ССТ»: Андрей, а не спасет ли ситуацию единая методика расчета стоимости ремонта, которую сейчас предлагают страховщики?

А.П.: Нам эта методика не нравится! Стандартизация нужна, но в результате применения этой методики официальные дилеры останутся за бортом. Потому что, согласно этой методике, стоимость запасных частей определяется, исходя из цен завода-производителя и расценок на запчасти в интернет-магазинах. У нас на рынке очень много серых, контрафактных запчастей, и для того чтобы методика успешно работала, нужно перекрыть каналы контрафакта. В противном случае, принятие ее будет только стимулировать использование контрафакта. Официальные дилеры могут работать только с оригинальными запчастями, а цена на них всегда выше, чем у подделки. Страховщикам будет невыгодно платить больше, чем они могут по методике. Дилерам невыгодно будет работать со страховщиками. Наше сотрудничество просто прекратится. С РСА мы эту тему не обсуждали. Нас пригласили на финальное заседание и довели до нашего сведения уже принятые решения.

«ССТ»: Как же РОАД предполагает действовать в сложившейся ситуации?

А.П.: Мы предлагаем садиться за стол переговоров и учиться понимать друг друга. Проблемы серьезные, и в итоге есть большой риск, что пострадает клиент! В свое время внедрение ОСАГО было замечательным решением, оно позволило участникам ДТП, разрешать споры цивилизованно. Люди перестали калечить друг друга из-за того, что две железки притерлись. Сейчас самая большая опасность состоит в том, что мы можем упустить то хорошее, чего удалось достичь.