

# ЧУДЕС НЕ БУДЕТ

Генеральный директор СПАО «РЕСО-Гарантия» Дмитрий Раковщик не верит в чудеса и не огорчается, что в новой стратегии развития страхового рынка мало масштабного, но много конкретного. По его мнению, рынку шаг за шагом надо идти к либерализации и конкуренции, избавляясь от отравляющих организм токсичных продуктов.



**Дмитрий Раковщик**

*Генеральный директор  
СПАО «РЕСО-Гарантия»*

**Современные страховые технологии:  
Российскому страховому рынку 25 лет.  
В России есть страхование?**

**Дмитрий Раковщик:** Не могу сказать, что за последний десяток лет нам удалось пробудить у населения интерес к страхованию. Когда мы говорим о том, что ОСАГО является локомотивом для продвижения других видов страхования, мы немного лукавим. Оно бы этим локомоти-

вом являлось, если бы в нем не было столько проблем. Самая главная проблема — регулирование рынка, которого быть не должно.

Либерализация неизбежна. Необходимо перестать диктовать условия по тарифам. Самое важное — у страховщика должны



Мы рождаем один за другим некие механизмы, которые призваны преодолеть проблему, созданную нами же. Но от жесткого регулирования тяжело отказываться. Люди действительно уверены в том, что рынок поведет себя настолько плохо, насколько плохо они о нем думают.

**ССТ: Страховщики принимали стратегию развития рынка до 2020 года. Что удалось реализовать?**

**Д. Р.:** Стратегия, которая была принята, сводится к двум позициям — продавай как можно больше, получай прибыль как можно больше. Конечно, слова в ней были сказаны правильные и про долю в ВВП, и про пенетрацию, но...

Всегда есть объективные и субъективные причины. Власть не воспринимает страхование как нужный инструмент. Законы в области страхования принимаются по остаточному принципу и в основном направлены на то, чтобы принять какие-то популистские решения или что-то зарегулировать.

появятся возможности применять собственные расчеты для определения конечной цены. Тогда начнется конкуренция, тогда ОСАГО встанет в один ряд с каско и другими страховыми продуктами.

**ССТ: А что происходит на рынке корпоративного страхования?**

**Д. Р.:** Корпоративный рынок все больше концентрируется в руках нескольких игроков. Конечно, это плохо, потому что конкуренция должна двигать рынок.

**ССТ: Почему за 25 лет страховщикам не удалось создать мощное лобби, отстроить взаимодействие с министерствами и ведомствами, то есть провести ту работу, которую проводят другие отрасли экономики?**

**Д. Р.:** Давайте посмотрим на акционеров крупнейших страховых компаний. Чаще всего для них страховой бизнес не является основным. Если он неплох, то на этом все успокаиваются.

Вторая причина — ОСАГО, которое дискредитировало идею страхования. Теперь любая идея, инициатива, которая должна бы двигать рынок, воспринимается сквозь призму проблемного ОСАГО. Великий экономист Хайек говорил, что когда государство начинает регулировать рынок, оно попадает в бесконечное количество ловушек, которое само себе расставляет. Мы рождаем один за другим некие механизмы, которые призваны преодолеть проблему, созданную нами же. Но от жесткого регулирования тяжело отказываться. Люди действительно уверены в том, что рынок поведет себя настолько плохо, насколько плохо они о нем думают.

#### **ССТ: Страховщики настолько нехорошие люди?**

**Д. Р.:** По мнению регулятора, страховщики не только нехорошие люди, они еще и организовано нехорошие. Например, все 50 компаний сумеют договориться и поднимут на самый верх тариф по ОСАГО! Конечно, это не так. Этого ведь в каско не происходит — там не сговор, а конкуренция, постоянно возникают новые продукты, постоянно есть движение.

Нужно отказаться от тезиса, что страховщики поступят наихудшим для рынка способом. Страховщики хотят работать вдолгую. Сейчас нет компаний, которые планируют работать последний год, последний месяц. А сговор по ценам — это поведение игрока последнего дня.

#### **ССТ: Известный русский вопрос — что делать?**

**Д. Р.:** Вернуться к истокам. Надо дать возможность конкуренции на рынке развиваться. Конкуренция на рынке может появиться, только если будет либерализация.

#### **ССТ: Что заложено в новую стратегию развития страхового рынка?**

**Д. Р.:** Мы прежде всего говорим об ОСАГО и о либерализации тарифа. Не должно быть продукта, имеющего массовое применение, который отравляет весь рынок. Тут как в

**Главное — донести до людей правила игры, чтобы граждане понимали, что и в каком объеме они могут получить.**

медицине: как бы ты ни дистанцировался от основного недуга, пока он есть, нельзя считать организм здоровым.

#### **ССТ: Либерализация — единственный рецепт?**

**Д. Р.:** Конечно, нет. Но с этого надо начать. Иначе мы опять свалимся в нормотворчество, порождающее новое нормотворчество.

Безусловно, за поведением компаний нужно смотреть. Недопустимо, если крупная компания имеет убыточность в два раза выше рыночной и не предпринимает никаких шагов. Или когда ведущий страховщик даже не знает, сколько у него убытков за год.

#### **ССТ: В чем здесь может быть роль ВСС?**

**Д. Р.:** Для саморегулирования в таких ситуациях открываются огромные перспективы. Но нужно быть готовым к тому, что организация, деятельность которой каждая страховая компания оплачивает членскими взносами, может обратить свое воздействие на тебя, если ты не отвечаешь стандартам, под которыми подписался. Это обоюдоострое оружие, но с его помощью можно добиваться гораздо больше во взаимоотношениях как с регулятором, так и с другими министерствами и ведомствами, с правоохраной, судами.

ВСС пока еще трудно сделать первый шаг, чтобы начать серьезно разговаривать со своими собственными членами на предмет их несоответствия стандартам. От слов уже пора переходить к делу — и это одна

из немногих претензий, которую я мог бы предъявить руководству ВСС: действовать нужно более жестко.

Еще одна важная задача, но с ней, я надеюсь, мы уже справились — надо определить приоритеты. Мы выделили 7 стратегических направлений, нужно четко добиваться выполнения поставленных целей.

В целом ВСС как организация становится более структурированным, и я с нетерпением жду, когда он станет менее либеральным.

**ССТ: В новой стратегии нет никаких глобальных целей. Это потому что ситуацию на страховом рынке кардинально изменить невозможно? Страховщики будут потихоньку завоевывать доверие страхователей?..**

**Д. Р.:** Для доверия нужно, чтобы это было интересно двум сторонам. Тема ОСАГО определяет наше бытие и сознание.

**ССТ: А вот ОМС — оно касается всех граждан. Можно ли с его помощью активно развивать рынок?**

**Д. Р.:** Когда-то я стоял у истоков этого процесса, но никак не думал, что оно придет в нынешнее состояние. Конечно, там и близко нет никакого страхования. Это колоссальная проблема, в том числе проблема восприятия. Для медиков ОМС всегда хуже, чем бюджетное финансирование, чем платная медицина. Они всегда будут против. Мы пытаемся изменить ситуацию. Хотя идеальной модели медицинского страхования, как и пенсионного, я не видел.

**ССТ: Является ли страхование жилья ресурсом для активного развития страхового рынка?**

**Д. Р.:** Здесь мы стараемся не совершить уже известных ошибок. Но задача этого законопроекта не обеспечить всеобщее страхование, а частично снять нагрузку с бюджета из-за чрезвычайных ситуаций. Главное — донести до людей правила игры, чтобы граждане понимали, что и в каком объеме они могут получить. Возможности

**Новая стратегия не такая масштабная, как предыдущая. Это правильно. Нужно идти шаг за шагом.**

получения в собственность восстановленного после стихийного бедствия жилья при отсутствии страховки не будет.

**ССТ: Кто из страховщиков сможет участвовать в страховании жилья?**

**Д. Р.:** Регион, приняв решение подключиться к программе страхования, должен будет провести тендер по выбору таких страховщиков. Это не будет сладким кусочком бизнеса. Продвижение этого продукта потребует гигантских затрат, чтобы продавать страхование жилья в благополучных зонах и не получить гарантированные убытки. Так что я не жду взрыва развития от этого продукта.

**ССТ: Получается, пока нет направлений и продуктов, которые бы возродили страховой рынок России?**

**Д. Р.:** Я не вижу «взрывной» стратегии. Не вижу ни одного продукта, который активно продвигал бы рынок. Сейчас рынок «взрывает» ИСЖ, и что — это хороший взрыв? Мы же понимаем, что в нем уровень мисселлинга очень высок.

Да, новая стратегия не такая масштабная, как предыдущая. Это правильно. Нужно идти шаг за шагом. Нужно забыть о «голубой мечте» — о продукте, который «взорвет» рынок. Чудес не будет.

Новая стратегия очень конкретна, и это ее главное достоинство. Единственное, ее не нужно воспринимать как долгосрочную. Если все будет идти более-менее нормально, эта стратегия будет реализована довольно быстро.