



Роман Тихоненко
Президент АО «АИГ»

НЕ ХВАТАЕТ ГОРИЗОНТА

По мнению президента АО «АИГ» Романа Тихоненко, предыдущая стратегия развития страхового рынка во многом провалилась, но у новой стратегии есть шанс. Главное — исходить из долгосрочных приоритетов развития страховой отрасли, а не сиюминутных интересов ее игроков.

Современные страховые технологии: Действительно ли в России слабый риск-менеджмент?

Роман Тихоненко: Это действительно проблема, хотя качество его постепенно улучшается. Но о чем нам это говорит? Не только о слабом осознании рисков, но и в целом о том, что руководители не оперируют стратегическими долгосрочными горизонтами. У них нет долгосрочного взгляда на риски, нет оценки рисков ситуации, нет комплексного взгляда на ответственность, которую они могут понести в результате выпуска некачественной продукции. Кстати, страховой рынок страдает тем же — недостаточный горизонт планирования.

Многие российские предприятия начинают лучше сознавать свою ответственность и необходимость ее страхования, когда выходят на зарубежные рынки. Сначала осознание приходит в силу требований зарубежных регуляторов, клиентов, бирж. А уже потом они принимают страхование ответственности как ежедневную практику и начинают применять ее в России.

ССТ: С физическими лицами — такая же картина?

Р. Т.: В целом, да. Наше население тоже в основном не планирует, не оценивает риски и, уж тем более, свою ответственность. Но, безусловно, и отношение клиентов к страхованию и страховым продуктам, и сами продукты, включая дополнительные сервисы, эволюционируют. Так, на мой взгляд, предложения в стиле lifestyle product, довольно популярные на развитых рынках, могут хорошо пойти и у нас. Это тип страховых продуктов, который нацелен на поддержание текущего уровня и комфорта жизни, куда зачастую допол-

нительно включены сервисы, которые клиент получает вместе со страховой защитой: оплата медикаментов, которые выписал доктор, посещение реабилитационного центра, сеансы массажа, техническая поддержка и т. д. Сочетание защиты от рисков и дополнительных услуг делает такое предложение более комплексным и органичным. Кроме того, программа может предусматривать возврат части страховой премии или получение дополнительных услуг (например, по поддержанию здоровья) в случаях, когда клиент меньше использовал рисковую составляющую, то есть, меньше лечился.

ССТ: Как продавать такие продукты?

Р. Т.: Думаю, через банки и диджитал-каналы. Сейчас продажи через интернет составляют 3–4 %, а в скором времени эта доля может подняться до 30 %. Но произойдет это не раньше, чем у людей появится понимание хотя бы базовых продуктов. Тогда они смогут сами, пользуясь инструментами, которые дает интернет, сравнивать продукты, выбирать то, что им нужно по цене/качеству, а не только самое дешевое. Россияне с доходом от

Многие российские предприятия начинают лучше сознавать свою ответственность и необходимость ее страхования, когда выходят на зарубежные рынки. Сначала осознание приходит в силу требований зарубежных регуляторов, клиентов, бирж.

Необходимо, чтобы люди сами осознавали природу риска, страховались, получали возмещение убытка, восстанавливали жилье или любое другое имущество, или здоровье. Такой подход существенно снизит нагрузку на бюджет.

30–40 тыс. рублей в месяц на члена семьи начинают сами все больше погружаться в тему, а не полагаться на советы агентов. Кроме того, за 25 лет коммерческого страхования в России население научилось самостоятельно отвечать за свое благополучие, стало воспринимать несколько страховых продуктов как неотъемлемые — ОСАГО, страхование выезжающих за рубеж, каско на машину дороже 1 млн рублей. Граждане уже пытаются анализировать, что из предложения страховщиков им больше подходит. Я это вижу даже просто по звонкам от своих знакомых.

ССТ: Достаточно ли информации для таких граждан?

Р. Т.: Сейчас недостаточно информации, которая позволяла бы сравнивать страховые продукты, разбираться, что хорошо и что плохо. С одной стороны, по некоторым продуктам обывателям сложно сравнить предложения страховых компаний в силу отсутствия достаточной информации в интернете, с другой стороны, вообще недостаточно информации о степени рисков, которые присутствуют в жизни граждан.

По идее, власти должны помогать гражданам разобраться в рисках: в каких случаях проблему решает государство, а в каких случаях решение принимает сам гражданин и, соответственно, несет за него ответственность. Но государство сейчас во многом продолжает нести то же бремя, что и при советской власти: покрывает убытки в случае

потери жилья, в вопросах потери жизни и здоровья и пр. Конечно, нельзя взять и «выключить» привычки разом, но мы должны прийти к другой модели.

Необходимо, чтобы люди сами осознавали природу риска, страховались, получали возмещение убытка, восстанавливали жилье или любое другое имущество, или здоровье. Такой подход существенно снизит нагрузку на бюджет. На мой взгляд, создание компенсационных фондов через страхование — гораздо более эффективный инструмент, чем создание тех же фондов через госбюджет.

ССТ: Нужна революция?

Р. Т.: Я не сторонник радикальных изменений. Лучше терапевтическое воздействие, чем хирургия. Нужно строить другую ментальную базу, на которую постепенно всех переводить. Воспитывать личную ответственность за свою судьбу, за свой дом, за здоровье — свое и наших детей, за их образование и воспитание. Мы отвечаем за свой город и страну, когда голосуем на выборах. Точно так же мы отвечаем за выбор страховой компании. И не нужно «переводить стрелки» на чиновника или на неграмотного потребителя.

ССТ: Как вы оцениваете результаты реализации Стратегии-2020 по развитию страхового рынка?

Р. Т.: Она, в основном, провалилась. Ситуация с ОСАГО зашла практически в тупик, и только сейчас начинают предпринимать какие-то действия. Развитие страхования жизни приобрело достаточно однобокий характер — что в нем развивается, кроме инвестиционного страхования?!

Наверное, повысилось качество сервиса для клиентов, что также было частью стратегии. Может быть, не существенно, но улучшения есть и по некоторым другим направлениям. Так, увеличилась доля интернет-продаж. Но в целом стратегия «не пошла».

ССТ: Кто за это ответственен?

Р. Т.: Дело в том, что никто не отслеживал реализацию стратегии, не было института,

который бы контролировал исполнение дорожной карты, планов. Не было ответственного за реализацию этой стратегии в правительстве. Я не видел каких-то усилий со стороны ЦБ РФ.

Появившаяся на базе ВСС саморегулируемая организация, наконец, начала подбираться к тому, чтобы эту работу координировать. Но мне кажется, ВСС еще на пути к тому, чтобы полноценно, правильно собрать все нити управления у себя в руках для выполнения стратегии. Нужно правильно построить взаимодействие со страховщиками, с одной стороны, и правильно организовать взаимодействие с государственными органами, с другой. Важно, чтобы ВСС завершил эту работу, и при этом исходил из долгосрочных приоритетов развития страховой отрасли, которые пока сформулированы только частично.

ССТ: То, что уже сформулировано — это правильные цели?

Р. Т.: Подход к выработке новой стратегии был очень правильный. Был проведен опрос участников СРО. Были сформулированы таблицы задач и определены приоритеты. На этой базе, если ВСС будет планомерно, ежегодно адаптируя стратегию к реалиям, претворять ее в жизнь, страховое сообщество будет гораздо более гармонично развиваться, чем это происходит до сих пор. Будут учтены интересы клиентов, будут реализованы интересы страхового сообщества.

Конечно, какие-то элементы могут быть не реализованы. Возможно, мы не сможем переубедить государство в каких-то вопросах. Но основные приоритеты будут реализованы точно. Тем более, что эта стратегия довольно «узкая» — и это хорошо. Мы сейчас не можем распылять свои силы и внимание на большее количество приоритетов.

Но страховое сообщество сможет столкнуться с большими сложностями в ближайшем будущем. Solvency II потребует таких затрат, что много небольших компаний не смогут справиться с этим вызовом просто в силу своего масштаба. Я думаю, что ситу-

Подход к выработке новой стратегии был очень правильный. Был проведен опрос участников СРО. Были сформулированы таблицы задач и определены приоритеты. На этой базе, если ВСС будет планомерно, ежегодно адаптируя стратегию к реалиям, претворять ее в жизнь, страховое сообщество будет гораздо более гармонично развиваться.

ация будет развиваться негативно для всех страховщиков, у кого сборы премий меньше 20–30 млн долларов.

ССТ: А рынку нужны маленькие компании?

Р. Т.: Развитие рынка часто происходит именно на базе деятельности небольших компаний. Они более легко подстраиваются под запросы клиента, предлагают новые продукты, не боятся рисковать. А когда их разработки оказываются удачными, то их подхватывают крупные игроки рынка. Быстрое развитие страхового рынка из-за отсутствия малого сектора может оказаться сложно достижимым.

Но, с другой стороны, я считаю, что в России пока слишком большое количество страховщиков. Еще не всю работу по очистке рынка от ненадежных компаний провел Банк России. Доступность страховых услуг будет обеспечиваться с помощью интернета, за счет развития инфраструктуры рынка (аджастеров, сюрвейеров, риск-инженеров). Благодаря такой инфраструктуре рынка страховщики смогут эффективно оказывать услуги потребителю без присутствия в каждом регионе России.