

В 2017 году страховая компания ВСК отмечает свой 25-летний юбилей. За счет чего ей удалось не только пережить все возможные кризисы, но и войти в число ведущих игроков рынка страховых услуг? Каковы дальнейшие планы компании, и как она планирует достигать тех целей, которые перед ней стоят?

На эти и другие вопросы ответил председатель совета директоров Страхового Дома ВСК Сергей ЦИКАЛЮК.

– Сергей Алексеевич, рынок страховых услуг в России еще молодой и развивающийся. При этом ВСК отмечает 25-летний юбилей, а это серьезный срок для частной страховой компании... С какими сложностями вам приходилось сталкиваться в самом начале пути, на какие вызовы приходилось отвечать?

– Наша компания создавалась в начале 1990-х, когда по мере развития рыночных отношений в стране возникла потребность в самых разных страховых услугах. В ответ на эту потребность на рынке страхования появлялись новые игроки. Кто-то из них специализировался на страховании автотранспорта, кто-то на страховании физических лиц и т.д.

Специализация ВСК, которая тогда называлась Военно-страховая компания, во многом была обусловлена моей предыдущей профессией. Я 16 лет прослужил в вооруженных силах, поэтому не понаслышке был знаком с теми проблемами, которые возникали из-за отсутствия страхования рисков, связанных с участием людей в боевых действиях. Вы наверняка помните, сколько в начале 1990-х годов было военных конфликтов вдоль границ нашей страны: Приднестровье, Кавказ, Таджикистан.

Тогда мы предложили систему обязательного государственного страхования для военнослужащих и членов их семей. Это была масштабная задача, и я могу с гордостью

сказать, что нам удалось ее решить, а государство по достоинству оценило наши усилия. Подтверждением являются благодарность Президента Российской Федерации в адрес компании и государственные награды, которые получили наши коллеги.

– Не ставя под сомнение важность этой задачи, рискну предположить, что это – довольно узкая ниша. Известно, что на сегодняшний день ваша компания оказывает куда более широкий спектр страховых услуг.

– Совершенно верно. Мы не остановились на достигнутом. Нам удалось создать дифференцированную продуктовую линейку по всем видам страхования и развить разветвленную региональную сеть. Мы занимаемся страхованием и в космической отрасли, и в банковской, и в агропромышленном комплексе. Оказываем услуги страхования автогражданской ответственности, опасных производств, перевозчиков и т.д. Всем этим мы прирастали постепенно, по мере развития и изменения масштабов компании.

Мы часто слышим, как цитируют китайскую поговорку: «Не дай вам Бог жить в эпоху перемен». Я с этим тезисом не совсем согласен: как раз в эпоху перемен жить хоть и нелегко, но очень интересно. И когда через 25 лет после создания компании отмечаешь ее юбилей, во-первых, удивляешься, как быстро пролетело время, а во-вторых, испытываешь настоящую гордость за то, что мы смогли преодолеть все трудности, не опустили руки и вывели компанию в число системообразующих игроков страхового рынка. С одной стороны, 25 лет – серьезный срок, а с другой – не время останавливаться на достигнутом. Наоборот, это хороший трамплин для движения вперед.

– В какой момент пришло понимание, что заниматься только военным страхованием недостаточно?

– Мы изначально знали, что это невозможно. Понимали, что компании для развития нужен рынок и, что особенно важно, нужны территории. Поэтому филиальную сеть мы начали создавать практически сразу: в 1992 году, в год создания компании,

появился первый филиал в Ростове-на-Дону, а уже в следующем 1993-м были открыты филиалы еще в 54 субъектах РФ. Сейчас ВСК присутствует на территории всей страны, наша филиальная сеть насчитывает более 400 филиалов и отделений.

– Но сейчас на рынке начинают появляться компании с принципиально новой бизнес-моделью. Она предполагает централизацию всех процессов и реализует принцип удаленного взаимодействия с клиентами. Как это сочетается с вашей стратегией развития региональной сети?

– Одно другому не противоречит. Я согласен с тем, что информационные технологии очень важны для поддержания конкурентоспособности компании. Но это задача, которую мы решаем постоянно, потому что внедрение новых технологий позволяет нам сокращать издержки, повышать качество обслуживания клиентов. Мы видим преимущества новых бизнес-моделей и некоторые компетенции формируем у себя.

И все же я глубоко убежден, что личный контакт очень важен при построении диалога с клиентом. Страхование – это тот бизнес, который в первую очередь строится на доверии.

– Если смотреть на бизнес с этой точки зрения, репутация страховщиков все еще оставляет желать лучшего. Как справляетесь?

– Мы максимально прозрачны и открыты для наших клиентов. Я помню, как 15 лет назад в компанию поступило предложение от агентства «Эксперт РА» провести исследование и на основании его результатов присвоить ВСК рейтинг надежности. Тогда я собрал своих коллег и задал им вопрос — должны ли мы принять это предложение. Было приятно услышать в ответ, что это важно и нужно. Таким образом, ВСК стала первой страховой компанией, получившей рейтинг от «Эксперт РА».

Считаю, что публичность — очень важное достоинство ВСК. Уже на протяжении нескольких лет мы работаем с аудитором из «большой тройки» PriceWaterhouseCoopers, который ежегодно анализирует нашу отчетность с точки зрения ее прозрачности, открытости и соблюдения