



Рынок страхового ремонта: **требуются рыцари и круглый стол...**

У каждого сегмента авторьнка своя специфика, и осложнение общей ситуации на рынке обострило или проявило проблемы. Что меняется в сфере урегулирования убытков? Что могло бы сгладить острые углы этого рынка? Эксперты и практики – о своём видении ситуации.

Вроде бы сколько можно говорить о проблемах, ведь этот бизнес работает и значит, все не так плохо. В очень похожем тоне не так давно мы обсуждали тему с одним из читателей журнала – владельцев автоцентра. А затем к его автомобилю в повороте притёрся сосед по полосе движения... И тема оказалась прочувствована профессионалом ремонта «на своей шкуре». Как же изменился тон! Как мало осталось в голосе тренированной уверенности профи в том, что «Так жить можно». Оказавшись клиентом, этот спокойный, повидавший всякого переговорщик со стажем вдруг очень резко и невыдержанно заявил: «Так

жить – нельзя!»... Поскольку разбирать частный случай бессмысленно, пришло решение: стоит еще раз поговорить о теме острых углов и проблем, как таковых. И мы обратились к экспертам.



Олег Базникин, коммерческий директор «ДАТ-Рус»

– Компания ООО «ДАТ-Рус» имеет значительный опыт на российском рынке и, кроме того, обладает всем потенциалом опыта глобальной компании DAT. Располагая этим, Вы вправе судить достаточно объективно о зрелости рынка и уровне развития отношений профессионалов – СТО, страховых компаний, экспертов, регуляторов рынка и т.д. ... Могли бы Вы указать нынешние болевые точки рынка?

– К сожалению, мы очередной раз вынуждены отметить: сегодня, как и прежде, СТО и страховые компании (СК) стоят по разные стороны баррикад. Идёт постоянное «перетягивание одеяла», борьба, связанная с целым рядом коммерческих положений. И здесь основа узла проблем – несовпадение размещения «центра прибыли» для участников рынка. Для страховой компании такой центр – это про-

ремонта, а не только от реализации самих страховок. Соответственно, СК решает, направлять или не направлять в тот или иной кузовной центр пострадавшие автомобили, формируя загрузку его мощностей.

С чисто финансовой точки зрения для СК крайне невыгодно направлять автомобили в дилерский центр. При прочих равных, выгоднее загрузить независимый сервис. Это первый, но не единственный конфликт интересов.

Если бы речь шла о загрузке автоцентра, который способен предоставить конечному клиенту ремонт, по качеству соизмеримый с дилерским, не возник бы второй узел проблем.

– Но мы уже говорили, что в России как такового стандарта качества услуг и работ не существует!

– Да, не существует. Если клиент, получая направление, не настоял на своих требованиях, если у него нет своей позиции, тогда для него итоговое качество ремонта – это кот в мешке. И только при повторном страховом случае клиент, имеющий личный опыт, будет куда лучше знать, чего требовать, на чём можно настаивать, а с чем следует согласиться.

Но и это не последний узел проблем. Существуют и не прекращаются ни на минуту «ценовые войны», когда именно СК определяют, по каким ценам дилерские или независимые центры должны продавать нормо-час, учитывать затраты материалов, даже реализовывать запасные части.

А теперь, когда названы главные узлы проблем, ещё раз рассмотрим рынок.

➤ Клиент в данной ситуации вообще ничего не решает: он априори хотел бы, как правило, отремонтировать машину там же, где прежде обслуживался

даже страховок автовладельцам. И на это направлены все усилия. Для автоцентра, тем более дилерского, продающего страховки КА-СКО, важно загрузить кузовной цех и получить прибыль от этого вида

Более чем 90% загрузки дилерских кузовных цехов – это работы по направлениям от СК. Дилерские центры и сети как правило партнёрствуют с рядом страховых компаний, и большинство из них входят

в первую десятку страхового сообщества. Это крупные структуры, разговаривать с ними на равных тяжело. Реальных рычагов воздействия на СК даже у дилера пока нет, хотя у крупных холдинговых структур ситуация несколько лучше. Тем не менее, стоимость нормо-часа сейчас не устраивает ни один дилерский центр. И это не попытка жаловаться на жизнь: цена находится на грани рентабельности, а порой – и за ней.

Итак, вот итоговая картина рынка: машина для клиента делается «в ноль», деньги перечисляет СК, а ответственность перед клиентом за качество несёт только дилер.

То есть помимо «расфокусировки» точек прибыли, мы имеем и существенное разделение «точек ответственности»: ответственность СК заканчивается в тот момент, когда она перечисляет деньги за ремонт. Страховой случай закрывается, и любые неприятности, которые «вылезают» после, остаются на совести дилера. Так бывает, например, в случае, ког-

«не очень», клиенту дадут направление в другое место, и его мнение никого интересовать не будет.

– Если говорить о саморегулируемых организациях, то у страховщиков с этой стороны всё в порядке. Но эксперты, как уже сказано, играют очень слабую роль.

– Да, их присутствие имеет весьма специфический характер. На рынке ОСАГО и сама их профессия, и обучение, и сертификация, и наличие таких должностей в тарификационных справочниках – всё весьма примитивно. Это одна сторона медали. Вторая – спорный вопрос независимости всех независимых экспертов. Но здесь в ближайшее время правила игры будут меняться, это бесспорно.

В области страхования КАСКО, когда ремонт выполняется целиком за счёт компаний и никаких денежных выплат не происходит, эксперты не участвуют вообще, что,

Эксперты профессионально знают техническую сторону и аспекты безопасности, а ремонтирующая организация может уточнить наличие и характер скрытых повреждений. То есть тема из сферы разговора двух финансистов переносится в сферу разговора двух профессионалов ремонта. Они не говорят о деньгах, которые могут быть выплачены клиенту, они говорят о ремонтных воздействиях, которые позволят восстановить автомобиль в прежнем качестве.

Если задуматься, то СК не должна заниматься определением технологий и степени ремонтного воздействия, потому что имеет прямую финансовую заинтересованность.

– И Вы, хотите или не хотите, но находитесь как раз в этой конфликтной зоне? Сколько проблем приносит это Вам как поставщикам программных решений?

– Да, мы в этой зоне, и мы сейчас вовлечены в активный процесс коммуникаций между двумя сторонами. Дело ещё и в том, что существует множество участников рынка, которые прежде никогда не использовали продукты SilverDAT, и у них тоже при согласовании возникает множество вопросов.

➤ Если клиент, получая направление, не настоял на своих требованиях, тогда для него итоговое качество ремонта – это кот в мешке

да после долгого ремонта обнаруживаются дефекты в электронике – а раньше они и не могли всплыть, ведь машина не заводилась! Тем более, если машина уже вышла за пределы гарантийного срока.

В такой ситуации становится насущным наличие на рынке органа, который мог бы оказывать посреднические услуги и страховым компаниям, и дилерам и клиентам, регулируя спорные вопросы и находя непростые решения.

Поскольку эксперты в России независимы, а роль СРО пока невелика, именно поставщики системных решений – например, ПО для калькуляций – и принимают на себя роль коммуникаторов, посредников.

Клиент в данной ситуации вообще ничего не решает: он априори хотел бы, как правило, отремонтировать машину там же, где прежде обслуживался. Но, если у страховой компании с данным дилером отношения

в принципе, не соответствует западным моделям ведения бизнеса. По сути, у нас страховые компании занимаются не своими делами. У них должны быть все правила, алгоритмы и механизмы проверки той информации, которая к ним поступает.

На самом деле зачастую калькуляция считается на дилерской станции, затем СК пересчитывают эту калькуляцию, меняя её в сторону уменьшения суммы. Что в корне неправильно. Конечно, механизмы проверки должны быть, но эти механизмы должны включаться автоматически и без участия человеческого фактора. Или эти полномочия должны передаваться третьим организациям, сторонним. Как раз такой вариант отношений используется на западе и является рабочим. Потому что, если СК направляет автомобиль к эксперту и получает расчёт оттуда, этот вариант и является основным.



Ольга Ефимова, генеральный директор «ДАТ-Рус»

– Наверное, стоит прокомментировать и ситуацию с новыми нормами по ОСАГО, которые обсуждаются длительное время с Вашим участием в различных комиссиях.

– В прошлом году исполнилось 10 лет с момента, когда впервые в России было введено ОСАГО. Постепенно стало очевидно, что назрела необходимость изменений в этой сфере. На протяжении последнего полугодия мы активно участвовали в ра-

бочей группе, которая, в том числе, объединяет поставщиков программного обеспечения. Цель – обсуждение и внедрение справочников средних рыночных цен на запасные части, которые должны быть использованы при составлении калькуляций по ОСАГО при расчёте материалов и учёте среднерыночной стоимости нормо-часа. Как мы все знаем, пакет документации готов, есть главный подрядчик, который занимается разработкой непосредственно справочников. Мы заявили, что готовы участвовать в качестве субподрядчика и вносим в работу посильный вклад. Надеемся, что этот подготовительный этап подходит к концу и вот-вот вступит в фазу окончательного утверждения документов на официальном уровне. Ну, а третьим этапом уже станет практическое использование документов в работе.

Наведение порядка и создание единых правил игры на рынке ОСАГО, если оно реализовано логично и практически грамотно, может позволить нам сделать шаг к дальнейшей цивилизации рынка. Это

хорошо, когда страховая компания заинтересована в том, чтобы восстановить автомобиль, то есть направить его на СТО, а не снабдить клиента некой суммой денег – то ли на ремонт, то ли на отпуск...

В целом при развитии практики направления в ремонт, а не выплаты, увеличится поток клиентов для всех участников рынка: дилеров, крупных независимых СТО, мелких сервисов, которые могут производить ремонт. Это очень важно, потому что есть масса аспектов, которые лежат вне области кузовного ремонта, в сфере безопасности.

По идее аварийный автомобиль должен быть в кратчайшие сроки восстановлен до такого состояния, когда он не представляет угрозы безопасности движения на дороге.

– И последний вопрос. Как выглядит «идеальная» модель кузовного бизнеса?

– Безопасный автомобиль на дороге и рентабельный бизнес у тех, кто им занимается. А для клиента ещё и сэкономленное время!



Алексей Соболевский, бизнес-тренер

«Одним из самых острых углов во взаимодействии между СК, автоцентром и клиентом является непонимание некоторых страховщиков и малярно-кузовных цехов того, что клиент и у страховой компании и у автоцентра один – автовладелец. Непонимание приводит к затягиванию сроков ремонта на время проведения согласований, а порой и к «натравливанию» владельца на несговорчивого страховщика, который не хочет согласовывать те или иные позиции работ и запчастей, что само по себе искажает смысл сервиса, как услуги, призванной снимать проблемы с плеч клиентов. Естественно, недо-

вольный качеством обслуживания в автоцентре клиент десять раз подумает перед тем, как страховаться в той СК, которая направила его в этот автоцентр.

Как мы на своем уровне пытаемся менять ситуацию? На сегодняшний день разработана и успешно реализуется программа совместных выездных семинаров для представителей автоцентров и СК, принимаю участие в различных конференциях и круглых столах, в том числе организуемых ТПП.

А если говорить об «идеальной» модели, то я думаю, что важнее всего – единое понимание бизнес-процесса кузовного ремонта, его целей и нюансов как со стороны страховых компаний, так и со стороны малярно-кузовных цехов, что в итоге приведёт к сокращению сроков согласований и к повышению удовлетворённости клиента и услугами автоцентра, и работой СК. Естественно, этому процессу способствует развитие современных технологий, которые позволяют существенно сократить сроки согласований за счёт создания единого информационного поля для всех участников процесса урегулирования убытков. Лидером в этой области на сегодняшний день у нас в России несомненно является компания Audatex”.



Александр Казаченко, руководитель направления по развитию региональной сети компании ООО «Аудатекс»

– Ваше видение острых углов коммуникации, их причины и возможности сглаживания?

– Стоит, пожалуй, признать, что на современном российском рынке в силу ряда обстоятельств, в том числе, конечно, и активной позиции компании, и солидного потенциала предлагаемых продуктов

и услуг, и вложенных в развитие сил и средств, Audatex не просто присутствует в бизнесе урегулирования убытков и кузовного ремонта, но является системообразующей структурой и экспертом этой отрасли. Да, в силу распространённости продукта, сегодня Audatex задаёт стандарты с одной стороны и собирает, аккумулирует аналитику, обратную связь, мнения рынка – с другой. То есть может смело сказать, что компания внимательно наблюдает тренды, понимает проблемы, и порой даже лучше, чем самые крупные игроки в нашем поле. Кроме того, у нас больше прав на экспертное мнение, поскольку мы не представляем собой ни одну из сторон возможного конфликта, мы как раз коммуникаторы, посредники, чей интерес – урегулирование проблем и налаживание такого бизнес-процесса, который был бы наиболее оптимальным, быстрым и прозрачным.

Аналогичные позиции экспертов и коммуникаторов, переговорщиков, по идее, должны иметь ещё два участника процесса урегулирования убытков и ремонта: это саморегулируемые организации и ассоциации. Увы, многие конфликты существуют в острой форме именно из-за слабой, а порой и ничтожной роли подобных структур в России. Кузовные центры разрозненны, а эксперты... это отдельная грустная тема.

Честно скажу: трудно сосчитать, сколько нами уже сделано попыток, чтобы начать совместную работу со СРО – но пока мы видим результат только от порой случайно налаженных связей с единичными компаниями и не наблюдаем масштабного отклика! Аналогичную пассивно-выжидательную позицию занимает экспертное сообщество. Мы пытаемся «активировать» процессы. Предлагаем формирование хороших тарифов, анонсируем свою готовность провести силами и опытом компании стандартизацию процессов, настроить систему отчётности комфортного всем формата, отлаженные данные по запчастям и так далее.

Что слышим в ответ? Прежде всего – неготовность быть сообществом, то есть формулировать и сознавать единые интересы,

свои и клиентов. Затем отговорки: «Я этим заниматься не могу», «А что я с этого получу?» и т.д.

Так что в моем понимании первооснова самого несовершенства рынка в том, что целый ряд обязательных для полноценного его функционирования узлов, систем атрофирован. И это главное отличие от сложившейся практики взрослых рынков. Если взять за пример британский автомобильный рынок, где Audatex также активно работает, наши коллеги, как мы видим, не просто общаются со всеми профильными СРО, страховыми, сервисными, экспертными, но взаимно интегрированы, достигли полного коммуникативного комфорта.

Недавно мы обсуждали проблемы рынка в вашем же журнале и тогда говорили о некоей нестабильности, назвав её «турбулентностью». И вот она переходит в новую фазу. Мы видим изменение отношения к рынку автострахования со стороны крупнейших страховых компаний, я говорю о программах КАСКО. Идёт планомерное ограничение этого вида деятельности за счёт отсека «возрастного» парка, причём для некоторых компаний такими становятся парк старше... года! И для многих – старше трёх лет, т.е. непартийный. Это создаёт (и будет далее создавать) на ремонтном рынке в целом провалы и даже вакуум. Второй тренд – это выход крупных компаний из регионов или миграция в сторону других видов страхования.

А пока мы видим возможность, увы, для ухудшения ситуации с загрузкой крупных и средних мультибрендовых автоцентров, в первую очередь – недилерских. И это – новый очень острый вопрос для рынка.

С другой стороны мы видим «остывание» покупательского энтузиазма. Потребители «наигрались в машинки», приобретая первую машину, вторую, третью... и теперь готовы обновлять парк не раз в да года, а существенно реже. И это тоже оказывает давление на рынок, в том числе – ремонтный. Ведь сейчас это нормальная ситуация, когда загрузка кузовного цеха от СК более 80%, представьте себе, что сейчас будет происходить с за-

грузкой? Чем заполнять брешь? Как всё похоже на рынок Европы семилетней давности, помните какие объединения и укрупнения там происходили?

Указанные выше факторы в сумме многое изменят в ситуации на рынке уже в 2014 году. Вопросы, которые мы с вами исходно отнесли к коммуникативным и назвали «острыми углами» переходят в новое качество: они становятся жизненно важными для ремонтного сообщества. И тут зреет конфликт интересов иной тяжести.

Будучи реалистами, мы не пытаемся перезагрузить систему СРО или «реанимировать» автосервисные ассоциации. Мы прилагаем усилия к тому, чтобы кузовные центры высокого класса, высокой культуры производства, могли получить существенные преференции в новом, сложном рынке. И мы даём им это через технический аудит и последующую добровольную сертификацию. Мы стараемся создать поддержку для «белого» бизнеса, своей репутацией гарантируя перед страховыми компаниями: да, эти профессионалы рынка могут выполнить ремонт с надлежащим качеством и до уровня, обеспечивающего безопасность эксплуатации автомобиля.

Если же вернуться ещё раз к ситуации с экспертами (оценщиками и техниками) и, соответственно, развитию рынка ОСАГО, то наша страна едва ли не единственная, где диплом оценщика бизнеса, эксперта-техника с допуском в сферу судопроизводства, можно получить за каких-то 80 тыс. рублей и пол года учёбы!

Тут, кажется, самое время перейти к нашему видению того, что же способно улучшить, цивилизовать ситуацию на рынке. Главное, полагаю: каждый должен заниматься своим делом, тем, в чём он компетентен. Страховые компании работают в финансовом поле, экспертиза, урегулирование убытков, ремонт – это совершенно иные виды деятельности.

– *Что ещё делается Audatex для улучшения ситуации?*

– Интеграторы рынка – вот кто сейчас предпринимает попытки

улучшить ситуацию, всё верно. Это, например, участие в разработке справочника единых цен на запчасти, при должной реализации способного несколько улучшить взаимоотношения в этом сегменте рынка. Мы налаживаем подготовку специалистов в системе профобразования, большой проект в сфере сертификации начинается с московским колледжем № 20 – мы готовы обучать и аттестовывать для последующей работы в автосервисном бизнесе абитуриентов учебных заведений.

– *Как Вы видите «идеальную» технологию урегулирования убытков?*

– И снова повторю: каждый в идеале занимается своим делом. Автоцентр и эксперт проводят осмотр, составление калькуляции и её проверку с учётом возможных скрытых дефектов. СК контролирует состояние дела на предмет статуса прохождения убытка, проверку



Алексей Кирдяшов, директор по послепродажному обслуживанию, Ауди Центр Восток.

«Как правило, после осмотра автомобиля сотрудником ГИБДД выдаётся справка, где содержится список наружных повреждений ТС, и довольно часто этот список оказывается неполным, т.к. осмотр на месте ДТП проводится не досконально. Оценщик в дилерском центре составляет еще один акт на основании осмотра. Соответственно, если какие-то детали не были указаны в справке ГИБДД, но имеют единый характер повреждения с остальными, указанными в документе, они также вносятся

➤ Если задуматься, то СК не должна заниматься определением технологий и степени ремонтного воздействия, потому что имеет прямую финансовую заинтересованность.

и оплату полиса, отсутствие признаков мошенничества. Клиент же просто доволен: он быстро и без головной боли получает отремонтированный, безопасный в эксплуатации автомобиль. Наконец, мы – интеграторы рынка – живём нормальной жизнью и помогаем рынку, а не решаем несвойственные нам вопросы, поскольку их больше некому решить. Острые углы начнут сглаживаться, когда профессионалы ремонта научатся объединяться и понимать, что вместе они – сила, и вместе они могут существенно улучшить рынок, а не надирать себя поодиночке в бессмысленной и беспощадной конкурентной борьбе друг с другом... за дальнейшее снижение ставки нормо-часа во имя загрузки любой ценой.

Не надо конкурировать в цене, надо наконец-то начать конкурировать в качестве и процессах.

в акт, что является требованием большинства страховых компаний. Далее акт пересылается в страховую компанию, где также может быть произведена оценка повреждений.

В основном солидные СК соглашаются на повреждения, требующие ремонта, в некоторых случаях, если у компаний есть сомнения относительно характера их происхождения, страховщики требуют от страхователя внести дополнения в справку. В страховой компании экспертизу проводят оценочные компании, деятельность которых контролируют саморегулируемые организации, прошедшие специальную аттестацию. И все же, чтобы избежать повторной встречи с инспектором ГИБДД, водителю следует внимательнее относиться к заполнению справки и всегда проверять перечень поврежденных деталей». □