

— Российские вузы предлагают страховое образование по двум направлениям: получение высшего экономического или финансового образования со специализацией «страхование» или различные курсы и семинары по повышению квалификации уже работающих или начинающих работу страховщиков. Наша кафедра в СПбГУЭФ готовит страховщиков-экономистов широкого профиля. Однако имидж этой профессии, увы, не высок, работа в страховании не имеет такого престижа, как банковская деятельность, инвестиционная сфера или аудит. Поэтому отбор на специализацию идет по остаточному принципу, к нам чаще приходят те, кто не прошел на другие специализации. В настоящее время, как я считаю, сформировался негативный имидж этой профессии: дескать, в страховании трудно

заработать хорошие деньги, работать в большинстве случаев приходится только агентом, творчества и развития – никакого и так далее. А это создает определенные трудности в подготовке профессионалов страхового дела.

— Насколько востребованы выпускники специализации «страхование»? Кем они, как правило, работают в страховых компаниях?

— Основная кадровая потребность у страховых компаний – это «продажники», агенты или менеджеры. При этом отправляют выпускника высшего учебного заведения для такой «торговли в розницу» – нецелесообразно ни для компании (знания по финансам здесь не нужны), ни для самого выпускника (зачем он 5 лет получал высшее образование, когда для этой работы достаточно и средне-

го). Конечно, я не беру в расчет агентов и менеджеров по продажам, которые уже приобрели опыт общения с клиентами, сформировали свою клиентскую базу – это работа высшего пилотажа, интересная и виртуозная. Но молодежь в 20 лет не может сразу выйти на такой уровень. Либо надо ей помогать адаптироваться, либо сначала использовать в других службах страховой организации, постепенно присматриваясь к способностям и склонностям нового сотрудника. Я уверенно могу заявить, что после окончания любого учебного заведения стопроцентно готовых к работе специалистов нет. Вуз должен научить думать, анализировать, творчески искать решения поставленных задач, досконально знать организацию будущей сферы деятельности, но научить всем практическим нюансам, которые еще и по-

разному решаются в каждой организации, невозможно. Зная претензии страховщиков к профессиональным навыкам выпускников, хочу заметить, что и после приобретения практического опыта работы далеко не все сотрудники страховых организаций получают высокую оценку своих работодателей.

— И все же, насколько известно, выпускники вашей кафедры, как правило, неплохо трудоустраиваются...

— Наша кафедра выпускает 20 человек каждый год, и все они, действительно, прекрасно трудоустраиваются. Многие даже становятся топ-менеджерами. Но всегда есть доля тех, кто уходит из страхования. И нам всегда обидно, что ребята не смогли реализовать себя в выбранной профессии.



Агентство Массовой Информации «МИРЖ» — структура, выпускающая информационные продукты и занимающаяся организацией и проведением специализированных мероприятий, социальных программ и акций, PR — акций.

Деятельность нашего Агентства базируется на многолетнем опыте успешной работы на информационном рынке. Агентство Массовой Информации «МИРЖ» — это прежде всего сплоченный высокопрофессиональный творческий коллектив. В команде АМИ «МИРЖ» трудятся журналисты, маркетологи, дизайнеры, менеджеры, писатели,

художники, экономисты, страховщики, врачи, юристы — каждый человек по своему уникален и одновременно является гармоничной составляющей единого целого нашей команды.

Эффективная команда — это 99% успеха любого предприятия. Именно потому все проекты Агентства Массовой Информации «МИРЖ» — качественные, эффективны и жизнеспособны. С нами сотрудничают лучшие российские и зарубежные компании — лидеры в своих отраслях.

Агентство Массовой Информации «МИРЖ» ведет активную информационную деятельность по сбору, изучению и распространению информации развитии страхового рынка РФ для специалистов и широкой аудитории.

На сегодняшний день проделана значительная работа по исследованиям проблематики страхового рынка и мониторингу общественного мнения. Разработан и реализуется комплекс проектов, направленных на развитие культуры российского страхования, популяризацию страховых услуг и обеспечение конструктивного диалога между государственными структурами, страховым сообществом, смежными секторами и потребителями страховых услуг.

По оценкам результатов профессиональной деятельности в сфере страхования АМИ «МИРЖ» вошло в число ведущих информационных структур, влияющих на формирование информационной платформы страхового рынка России.

Поиск эффективных методов для создания такой платформы входит в цели и задачи деятельности Агентства Массовой Информации «МИРЖ».

АМИ «МИРЖ» — это связующая нить между участниками рынка и конечным потребителем.

Готовится к выходу очередная выпуск печатного издания «Страхование По...»

Агентство массовой информации «МИРЖ»
Тел. +7 (495) 388-0545, e-mail: news@mirj.ru
www.mirj.ru

