

авто

Клиент: промез двух огней

Страховщики и автодилеры научились быстро и с улыбкой продавать клиентам застрахованные автомобили. Но также хорошо выполнять взятые на себя обязательства у них не получается. Страховые компании и автосервисы никак не могут определить пропорцию, по которой буду делить деньги клиентов. Каждому кажется, что «партнер» зарабатывает слишком много и это не справедливо.

Александр НОГОВ

Говорят страховщики

Первыми о наболевшем заговорили страховые компании в прошлом году. Они публично обвинили дилеров в завышении цен — после того как в конце прошлого года практически все автосервисы подняли расценки на 10-30%. Подходом к ценообразованию на станциях технического обслуживания заинтересовалась даже Федеральная антимонопольная служба РФ. Но пока ничего криминального не нашла.

Позиция страховщиков объяснима, ведь в конечном итоге от стоимости ремонта зависит цена полиса каско (страхование от угона и ущерба). На некоторые марки машин величина страхового тарифа по ущербу в стоимости полиса превышает 50%, а если этот автомобиль пользуется высоким спросом у угонщиков, то стоимость страховки может достигать 20% от стоимости автомобиля. Притом, что средний тариф по Петербургу на большинство распространенных марок машин — около 10%. По мнению руководителя центра обслуживания клиентов петербургского филиала ОАО «РЕСО-Гарантия» Алины Кунаковой, вследствие завышения стоимости ремонта появляются неадекватно высокие страховые тарифы. «Ремонт Mitsubishi Lancer обходится дороже, чем, например, сопоставимой по классу Toyota Corolla, — объясняет Кунакова. — И хотя Lancer — не самый дорогой автомобиль, застраховать его стоит дорого». Вообще, самые высокие тарифы, по словам специалиста, на японские машины. «Для молодого человека в возрасте от 28 лет со стажем вождения более двух лет страховка на японский автомобиль будет стоить 13-14% от стоимости автомобиля, полис на германскую

марку автомобиля обойдется в 8-9%, корейскую — 7,5-8%, дешевле всего стоит застраховать отечественный ВАЗ — примерно 7%», — рассказывает Алина Кунакова. Но, по ее словам, с ВАЗами другая проблема. «Стоимость нормо-часа по отечественным машинам ниже, чем по иномаркам, но объем работ такой же, а может быть, и больше из-за низкого качества запасных частей. Например, при замене разбитого капота на новый нет гарантии, что он встанет с правильными зазорами. Поэтому не каждая станция техобслуживания хочет связываться с ВАЗами», — отмечает эксперт.

Страховщики давно заметили в действиях автосервисных центров одну особенность, а именно — склонность преувеличивать выставляемые за работу счета. Это вынуждает страховщиков проводить скрупулезные перерасчеты стоимости работ, перед тем как дать добро на ремонт.

«Автострахование — самый убыточный вид страхования», — объясняет мотивы действий страховщиков заместитель генерального директора — директор по страхованию ОАО СК «Русский мир» Олег Колосов. По его мнению, у автосервисов всегда есть возможность уступить в цене, но они не всегда это делают.

Отвечают дилеры

По словам директора автоцентра «Автомир» Виталия Новикова, страховые компании в Петербурге, даже филиалы московских, никак не хотят работать по «столичной» технологии. Это значит, что автомобиль с места происшествия попадает в сервис, там его ремонтируют и выставляют счет страховщику.

Но в городе на Неве страховщики без оценки эксперта даже говорить о ремонте не хотят. Общей методики

исчисления ущерба и стоимости необходимого ремонта нет. По некоторым автомобильным брендам используются эксклюзивные программы расчета. И зачастую именно разница в подходах становится причиной конфликта сервисных центров и страховых компаний. «Знаете, сколько стоит снять и установить двигатель на Daewoo Matiz? — спрашивает директор



автоцентра «Автомир» Виталий Новиков. И отвечает: — 1,5 тыс. руб. За такие деньги мы к машине не подойдем».

«Эксперты страховой компании, выполняющие оценку, не всегда знают технологию ремонта. Иногда считают ремонт элемента, хотя необходима его замена», — добавляет управляющая компании «Мега-Авто» Ольга Максимова. Иногда эксперт не учитывает в смете некоторые дефекты, и они «всплывают» во время ремонта. И тогда руководство станции техобслуживания

оказывается перед выбором: выполнить ремонт за свой счет или за счет страховщика. Как правило, выбор делается в пользу последнего варианта. Однако в этом случае «раскрутка» страховой компании на деньги может занимать месяцы. А клиент все это время ждет.

Темное дело

По словам страховщиков, многие виды ремонта можно выполнять не на фирменных, а в обычных сервис-центрах. Но дилеры ни за что не упустят клиента — вплоть до того, что будут угрожать лишить его гарантии. Кстати, о гарантии: в последнее время участились жалобы от автовладельцев на отказ дилеров выполнять гарантийный ремонт, потому что клиент, якобы, сам виноват в поломке. «Мы так никогда не делаем и от своих обязательств не отказываемся — нам важна репутация», — уверяет Новиков.

Его коллега Ольга Максимова не припомнила случаев отказа в своей компании, зато вспомнила подобную историю о конкурирующей фирме. В общем, дело темное, и перед покупкой машины потенциальному владельцу стоит внимательно прочитать договор, а особенно пункт, касающийся гарантийных обязательств.

Месяцы ожиданий

В силу сложившихся противоречий очереди из счастливых владельцев новых авто, угодивших в

аварию, будут только расти. Сегодня уже приходится простаивать по 3-4 месяца в ожидании ремонта по страховому полису каско. И нет никакой уверенности в том, что со временем ситуация улучшится.

В 2007 году автодилеры планируют увеличить продажи машин в России на 30-50%. При этом многие из них вообще не собираются наращивать мощности сервисов.

«У нас ограничена территория земли и помещений. Некуда ставить дополнительные подъемники», — объясняет Ольга Максимова. По ее словам, есть смысл покупать машины в новых, недавно открывшихся автоцентрах: как правило, там в течение первых месяцев не бывает очередей. Поставщики машин в последнее время заявляют о грандиозных планах по развитию дилерских сетей, но не все из них будут приобретать необходимое для ремонта оборудование. «Основная

масса дилеров заключает субдилерские договоры и направляет своих клиентов на другие станции», — говорит генеральный директор Союза профессиональных брокеров Павел Кушковский.

Не только автомобили

Напомним, что аналогичная конфликтная ситуация уже возникала в прошлом между страховщиками и их подрядчиками по «ремонту людей» — медицинскими центрами. «Страховой случай» освещал ситуацию, когда клиники Петербурга начали поднимать цены на лечение застрахованных, а со стороны страховых компаний последовала ответная реакция — длительные согласования и задержки в оплате медицинских услуг. Для решения этой проблемы медики даже объединились в ассоциацию, договорившись не обслуживать клиентов страховых компаний, задерживающих платежи.

Но, тем не менее, и той и другой стороне нужно было продолжать работать вместе. У обеих сторон сохранились общие интересы, и консенсус был достигнут. Правда, пока все «устаканивалось», страдал клиент.

Страдают клиенты-автомобилисты и в нынешней ситуации. Хотя очевидно, что страховые компании и автомобильные фирмы нужны друг другу. Просто нужно учиться договариваться. И кто-то должен для этого сделать первый шаг.

