



Константин Владимирович Шусторович, Генеральный директор «КОРИС Украина»



Главное – правильно выбрать партнеров

Ассистанская компания «КОРИС Украина» начала свою деятельность в Украине с 1994 года и на протяжении многих лет является бессменным лидером рынка международного медицинского ассистанса в Украине. Ежегодно компания урегулирует тысячи страховых случаев, происшедших с украинскими туристами и путешественниками за рубежом. Мы поинтересовались о секретах успеха и главных достижениях компании у Генерального директора «КОРИС Украина» **Константина Шусторовича**

31 июля 2015 года собственником ЧАО «КОРИС Украина» стал Генеральный директор компании – Константин Шусторович.

Константин Шусторович родился в Киеве, окончил Национальный медицинский университет им. Богомольца, позже получил юридическое образование. В 2000-2002 г.г. работал врачом-координатором в «КОРИС Украина», продолжил карьеру в нескольких страховых компаниях и ассистансах, руководил IT-компанией.

Женат, воспитывает двух детей.

Константин Владимирович, компания «КОРИС Украина» устойчиво работает на рынке уже 21 год. Расскажите, пожалуйста, в чем секрет такой стабильности и успеха?

На самом деле то, что компания на рынке 21 год, не говорит об успехе. И тем более не говорит о стабильности. Финансовый рынок в целом, как и отдельно взятая компания на этом рынке, может переживать подъемы и спады – это естественно. Есть период роста, есть период кризиса.

А в остальном компания всегда ориентировалась на изменения. В наше время рынок меняется достаточно динамично. Страховой рынок, как совершенно новый для постсоветского пространства, меняется еще скорее, потому что он, собственно, еще формируется. И поэтому всем компаниям, которые хотят на этом рынке существовать, зарабатывать и развиваться, необходимо быть готовыми к тому, что буквально через год-два все будет совсем по-другому.

Как Вам удается сохранять лидирующие позиции в условиях сегодняшнего кризиса и экономической нестабильности?

Прежде всего, не всегда стоит сохранять лидирующие позиции любой ценой. Помимо доли рынка, помимо объема, есть понятие прибыльности. Одна из значительных проблем страхового рынка Украины заключается в том, что в погоне за валовыми поступлениями, большими оборотами и за большой долей на рынке страховщики выходили за пределы разумного риск-менеджмента, загоняли компанию в убыток. Таким путем многие просто разорились.

Сегодня наша задача – удержать свою долю на рынке настолько, на-

сколько это возможно, не прибегая к демпингу или компромиссам в плане качества работы.

Мы не стали экономить на людях и на качестве клиентского сервиса. Это накладно, но я считаю, что в стратегической перспективе верно.

С какими продуктами страхования Вы сейчас работаете? Собираетесь ли расширять этот список?

Основными направлениями является обслуживание клиентов по туристическому страхованию, ДМС, моторным видам (КАСКО и ОСАГО).

Однако нашими клиентами являются не только страхователи. Существуют и продукты помощи на дороге для автодилеров/импортеров.

Что в первую очередь подразумевается под понятием «качество работы ассистанской компании»?

О таких критериях, как простота и понятность страховых продуктов, правильное резервирование, быстрота и полнота страховой выплаты, сказано уже немало. В кризисный период, пожалуй, на первое место выходит надежность страховщика. Ну и, разумеется, качество клиентского сервиса. Это как раз и есть та составляющая, в формировании которой мы принимаем самое непосредственное участие.

Какие перспективы Вы видите на рынке международного страхования? Будут ли появляться новые участники и что их ждет в дальнейшем?

В свете экономической ситуации с уменьшением количества путешественников не думаю, что в ближайшее время придет кто-то новый. Сейчас все страховщики нацелены на удержание своей доли на рынке. Приход новых участников обычно происходит, когда сам рынок растет.

Ощущаете ли Вы поддержку государства Вашему бизнесу? Что, на Ваш взгляд, стоило бы изменить во взаимоотношениях страховых, ассистанских компаний и государства?

Разумное регулирование без чрезмерного участия вряд ли можно было бы назвать поддержкой. Это, скорее, базовое условие для развития и работы любого бизнеса. В остальном, считаю, поддерживать бизнес государство не должно. В нашей стране все прецеденты целевой поддержки

бизнеса государством приводили к тому, что бизнес этой поддержкой злоупотреблял. Результат – неконкурентоспособные продукты. Посмотрите на наш автопром, например.

Каковы отличия организации бизнеса в Украине и за рубежом? Используете ли Вы в своей деятельности опыт зарубежных компаний?

Одним из знаковых отличий, скажем, от западных стран, является бизнес-модель в части взаимодействия с партнерами. У западного страховщика продают брокер и агент, выплачивает – урегулировщик, а сам страховщик занимается непосредственно бек-офисными функциями: андеррайтингом и управлением резервами. В Украине большинство страховщиков действуют по принципу «хочешь сделать хорошо – делай сам» и не решаются отдать на аутсорсинг процессы, которые считают важными для себя. К сожалению, иногда они берутся за процессы, которыми не умеют управлять.

Какие планы на будущее у компании «КОРИС Украина»?

Помимо существующих направлений, в 2015 году планируем внедрить еще 2 нишевых продукта. У нас отличные возможности организовывать и координировать – причем в международном масштабе. Нужно только правильно использовать такие возможности.

Беседу вела
Алена РОМАНЮК

