

## Георги Зафиров, мениджър направление „Методология и развитие на продукти“ в ЗД „Евроинс“ АД

**Г**-н Зафиров, има ли ясна обща тенденция в развитието на всички застрахователни продукти или всеки от тях си има свои специфики и съответно своя крива на усъвършенстване?

- Трудно е да се каже. Всяка компания се стреми да направи нещо, което да я отличи от останалите. Или да се специализира и така да привлече определена целева група от клиенти. По-особеното при ЗД „Евроинс“ АД е, че е част от „Еврохолд“, в който са обединени фирми и структури с разнородна дейност. Сред тях има вносител на автомобили и лизингова компания, производствени предприятия и др. Ние се стремим да предложим такива продукти, които да улеснят клиентите на тези дружества - като си купят кола, да я застраховат при нас и да намерят лизингов план,



**срещу различни видове злополуки или за нещо друго?**

- За имущественото застраховане поради зачестилите при-

застраховането на имуществото на физическите лица се наблюдава по-голям ръст, отколкото при полиците за имуществото на фирмите.

**- На какво се дължи този по-голям ръст при застраховките на домашно имущество**

*Георги Зафиров е на 37 години. Завършил е магистратура в Стопанска академия „Д. А. Ценов“ в Свищов, специалност „Маркетинг и мениджмънт“. Целият му професионален път е свързан със застраховането. Още като студент задочно обучение работи като агент в ЗД „Витоша“. През 1996 г. започва работа в ЗК „Ви веста“. В ЗД „Евроинс“ АД е почти от създаването ѝ през 1998 г. Първоначално е експерт в Дирекция „Карго“, после става директор „Карго застраховане“, а впоследствие е методолог в направление „Карго“. Сега е директор направление „Методология и развитие на продукти“, което обединява в себе си бившите еднородни дирекции по направления „Имуществено застраховане“, „Злополука“, „Карго застраховане“ и „Автомобилно застраховане“.*

*Ползва английски и руски език. Женен е и има две деца.*

# БЪДЕЩЕТО Е НА ПАКЕТНИТЕ УСЛУГИ

## ● Застрахователите се специализират, за да привлечат целеви групи клиенти

който да отговаря на техните изисквания.

„Каско“ и „Имуществени“ застраховки, така или иначе, се продават, но светът се глобализира и клиентът иска с едно плащане да получава набор от услуги. Той може да ги получи и в банката, и в лизинговата компания, където да му се продаде пакетна услуга. Така че продуктите, които ние ще се стремим да разработваме, ще са най-вече за комплексно обслужване на дадена целева група клиенти. Така те ще получават повече покрития за парите, които плащат за застраховка.

**- Кои видове застрахователни продукти се развиват по-бързо и съответно по-често се налага да бъдат усъвършенствани и кои вече са достигнали форма, която няма нужда от съществени промени?**

- Класическите продукти се продават от доста време без сериозни промени. Те са имущественото, личното и „Каско“ застраховането. Застраховката на товари по време на превоз е почти непроменена вече повече от 200 години. При тези продукти няма какво да се подобрява съществено. Съвременният свят налага измислянето на нови застраховки, които са по-скоро финансово-застрахователни пакети. Такива са продуктите, свързани с кредитите, с лизинга, както и допълнителните продукти към традиционните застраховки. Например към класическото „Каско“ допълнителен продукт е „Заместващ автомобил“, който се сключва по желание на клиента.

**- Какво представлява този допълнителен продукт?**

- ЗД „Евроинс“ АД предоставя на застрахованото лице заместващ автомобил в случай на настъпване на техническа повреда на автомобила му в следствие на застрахователно събитие по време на действието на неговата застраховка „Каско на МПС“. Всеки клиент, закупил нов автомобил от официално оторизирани представители (дилъри) за територията на Бълга-

рия и сключил застраховка „Каско“ в ЗД „Евроинс“ АД, срещу заплащане на допълнителна премия може да се възползва от тази услуга.

**- Има ли голям интерес към този продукт и по принцип към новите застраховки, които се предлагат на пазара?**

- Не мога още да кажа категорично, тъй като това е съвсем нов продукт и още нямаме статистическа база данни за него. Според мен на пазара все повече ще се налагат застраховките на различни видове отговорности. Приемането на България в Европейския съюз (ЕС) го налага. Всеки, който извършва някаква стопанска дейност, трябва да носи отговорност за това, което прави. На Запад е така. Ако дадена компания работи с опасни вторични суровини, например акумулатори, в ЕС се изисква дружеството да има гаранция минимум 50 000 евро за това, че ако ги разсипе по пътя и замърси природата, след това ще почисти мястото. Всички стопански дейности са потенциални ползватели на застраховки за своите отговорности. Други застраховки с бъдеще са свързаните с финансови услуги - с издаване на банкови гаранции, с кредити, с финансови междуфирмени договори и др.

**- Сравнително новите застрахователни продукти появяват ли се бързо и у нас?**

- Да, някои от тях се появяват, тъй като България е длъжна да изпълни поетите с присъединителния си договор ангажименти. Така в определени срокове нашето законодателство се изравнява с това на останалите страни от ЕС.

**- Какво показва практиката - трябва ли да са задължителни застраховките на отговорности, за да се търсят от клиентите у нас?**

- Моят практически опит показва, че трябва да са задължителни, за да се търсят. Икономическото състояние у нас е такова, че парите, които се отделят за застраховане като

процент от БВП, са в пъти по-малко, отколкото в страните от ЕС. Значи тук има доста застраховки, които просто не се сключват.

**- А качеството на предлаганите в България застрахователни продукти достига ли вече качеството на застраховките в ЕС? От къде черпите информацията, която ви е необходима за усъвършенстването на продуктите?**

- Ясно е, че предлаганите в ЕС застрахователни продукти са по-добри, но в същото време са и доста усложнени. Там нещата много се формализират. Най-много ме е впечатлил фактът, че една фирма застрахова целия си бизнес в една компания, с една полица. Това улеснява и двете страни - застрахователят си получава премиите, а клиентът има гарантирана сигурност. А не като у нас - днес изтича срокът на полицата за машината в пети цех, утре - застраховката на колата на шефа, а вдруги ден тръгват камионите за еди-къде си и трябва да имат застраховка. Прилаганите в ЕС комплексни полици обаче изискват огромен труд, тъй като дейността на фирмите е разнородна и съответно позициите са толкова много, че полицата заприличва на учебник.

**- Търсят ли се и у нас такива комплексни полици, или тук клиентите предпочитат да сключват отделни застраховки?**

- Предполагам, че след време и у нас ще се стигне до окрупняване и европеизиране на бизнеса. Но засега клиентите тук предпочитат да сключват отделни застраховки, тъй като така могат и да не застраховат нещо. Така че все още в България няма пазар за такива комплексни застраховки. А и застрахователите още не са готови да ги предлагат.

**- Ако на българския пазар му е все още рано за такива комплексни застраховки, кое е новото, за което е вече узрял - за застраховките на професионални отговорности, за доброволните полици**

родни бедствия през последните години. Тези събития повлияха за повишаване на застрахователната култура на българина и за търсенето на такива застраховки. Допреди 15 години, плащайки си данъка на апартамента, човек получаваше и имуществена застраховка, в повечето случаи без дори да знае, че това му се случва. Сега се оказва, че след природни бедствия хората чакат държавата да им помага, но това не става.

**- Глобалните промени на климата през последните години ще доведат ли до промени на имуществените застраховки и до какви? Чувства ли се вече необходимост от включване на нови рискове или от повишаване на премията по вече предлагани покрития?**

- Като цяло всяка година пазарът у нас натиска цените надолу. Колкото повече нараства обемът на сключените застраховки, обратно пропорционално намаляват и цените. Конкуренцията е голяма и борбата за пазарен дял води до намаляване на тарифите. Така че няма как на този етап да се увеличат премиите. В същото време някои рискове стават по-големи, но покриването им се компенсира само от увеличаване обем застраховки. Зачестилите природни бедствия, които доведоха до повишеното търсене, се покриват от най-традиционните рискове. Добавят се, разбира се, и нови рискове, като например токов удар и свърхнапрежение за битови електроуреди. Предлагаме и имуществена полица за т. нар. първи риск, при която не се прави оглед на имуществото и клиентът избира между няколко варианта на застрахователна сума - за къщата, за оборудването в нея и за вещи - срещу риска кражба. Така излиза, че у нас елементализираме полиците, за да улесним клиента и да се продават, а в ЕС ги усложняват. Но все пак става дума за различни целеви групи клиенти - съответно за физически лица и за големи фирми. У нас при

**во? На това, че хората започват да осъзнават необходимостта от сключването им, на повишаването на платежоспособността на българина или на по-добрите застрахователни предложения, които се правят на тези клиенти?**

- Най-вече на това, че човек решава да се застрахова, след като му се случи нещо. Влияние има и повишената платежоспособност на хората. Предлагат се застраховки, съобразени с възможностите на всеки клиент. Трябва да се отчете и фактът, че фирмите винаги са застраховали по-акуратно своето имущество, отколкото физическите лица. Много бизнес контрагенти от чужбина изискват да им бъдат представени застраховки като гаранции. Например у нас застраховката „Отговорност на превозвача“ не е задължителна, както е в някои страни на ЕС. Но товародателите от Евросъюза искат изрично от превозвача да сключи такава полица, за да сключат договор с него. През последната година това доведе до значителен ръст в търсенето на този вид застраховка у нас.

**- Едрият или дребният бизнес в България търси по-често застрахователна защита? По-малките фирми, защото се чувстват по-неуверени с по-малкия си капитал, или по-големите, които вече осъзнават необходимостта от застрахователна защита и имат необходимите средства, за да си я осигурят?**

- Като цяло на никоя фирма не ѝ стигат парите и затова всички гледат да не плащат там, където може да не се плати. Моите наблюдения са, че малките и големите фирми най-много се пазарят и са трудни като клиенти. Може би средните по големина дружества, които имат дълго развитие и вече са достигнали до сравнително добро ниво, най-добре осъзнават нуждата от застраховки и застраховат почти всички, свързано с бизнеса им.

*Разговора води  
ЙОАННА СТЕФАНОВА*