

*В преддверии вступления в силу нового Закона об обязательном страховании ответственности владельцев опасных производственных объектов (ОПО), который, по оценкам экспертов, сформирует рынок объемом 23,5 млрд рублей, страховые компании (СК) инвестируют в развитие корпоративного сегмента. Даже традиционные «розничники» меняют ориентиры. К примеру, руководство РЕСО заявило о начале агрессивной политики по наращиванию портфеля корпоративных договоров и доведению их доли в портфеле с 5% до 30%. В РОСНО также надеются на усиление позиций в корпоративном страховании после завершения объединения российских активов в холдинге Allianz SE. Но борьба за корпоративный сектор проходит в условиях повышения уровня убыточности вследствие жесткой ценовой конкуренции, развернувшейся в 2009–2010 годах.*

### **Безумные тарифы**

«Страховщики, особенно средние, в попытке отхватить клиента и переделить рынок начали снижать тарифы до уровня, который уже не покрывает риски. Если такое недальновидное поведение продолжится, корпоративный сектор станет убыточным», – год назад предостерегал участников рынка заместитель генерального директора рейтингового агентства «Эксперт РА» Павел Самиев.

Рынок не внял. По информации «Эксперта РА», комбинированный коэффициент убыточности в страховании юрлиц (это суммы выплат за период расходов, включая комиссии и изменение страховых резервов, – показатель реальной прибыльности страховых операций) в 2011 году продолжил повышаться. В первом полугодии в СК, специализирующихся на корпоративном страховании (доля в портфелях более 60%), этот показатель повысился на пять процентных пунктов и достиг 90,4%. «После кризиса на рынке корпоративного страхования началась ожесточенная борьба за клиентов, основным орудием которой стала цена. Тенденция сохраняется и в настоящее время – тарифы по коммерческому имуществу необоснованно занижены», – отмечает директор канала коммерческих продаж компании «Цюрих» Михаил Геллерман.

Среди страховщиков бродят невероятные, но вполне достоверные истории,

иллюстрирующие масштаб демпинга. Рассказывают, что на пике кризиса некоторые СК были готовы застраховать автопарки корпоративных клиентов по каско по тарифу 1,5% стоимости. Известен случай, когда предлагалось застраховать бизнес-центр стоимостью 10 млн долларов по цене меньше стоимости полиса каско для машины гольф-класса (около 60 тыс. рублей) «По отдельным видам страхования борьба за корпоративного клиента на этапе заключения договора принимает вид явной провокации. На рынке известны примеры предложений тарифов в 10–30 раз ниже среднерыночных. Такие провокации иногда принимают вовсе абсурдную форму, например предлагается выплата возмещения в течение 60 минут», – комментирует заместитель директора филиала компании «Росгосстрах» в Санкт-Петербурге и Ленинградской области Дмитрий Куксинский.

В 2011 году СК, активно демпинговавшие в период кризиса, оказались у разбитого корыта и были вынуждены покинуть рынок. С начала года отозваны и приостановлены лицензии у нескольких десятков страховщиков, в том числе в СЗФО (петербургская «Петра» и калининградская «Айни»). Но ни опасения повторить судьбу страховых пирамид, ни улучшение экономической ситуации не снижают накал ценовых войн. По мнению участников рынка, побудительные мотивы демпингующих СК несколько изменились. Если в 2009 году они снижали цены ради сохранения своих клиентов, то теперь таким образом стараются нарастить портфели, готовясь либо к продаже бизнеса, либо к выходу на новые рынки.

«Безумное занижение тарифов характерно для всех крупных проектов, когда ущерб от рисков, принимаемых на страхование, сопоставим с собственным капиталом страховой компании, выигрывающей тендер благодаря демпингу. Особенно остро это ощущается в сфере энергетики и грузоперевозок», – отмечает старший андеррайтер СЗРЦ ОСАО «РЕСО-Гарантия» Евгений Криворотов. По словам директора Санкт-Петербургского филиала компании «СОГАЗ» Эдуарда Яблокова, в последнее время, перед вступлением в силу закона о страховании ОПО, резко увеличилось количество демпинговых предложений по страхованию ответственности. В результате СОГАЗ иногда отказывается участвовать в конкурсах, по которым ставки выходят за пределы залицензированных минимальных страховых тарифов.

### ***Медленный возврат***

Ценовая борьба началась из-за того, что в 2009 году промышленные предприятия резко сократили бюджеты на страхование. Минимизация этих расходов не коснулась лишь промышленных гигантов, работающих в нефтегазовом секторе или выполняющих

крупные государственные заказы по созданию инфраструктурных объектов. Работающие с ними СК практически не заметили экономического катаклизма.

В целом же из-за кризиса больше всего пострадали корпоративное добровольное медицинское страхование (ДМС) и страхование строительно-монтажных рисков. Инвесторы-застройщики перестали закладывать в свои бюджеты расходы на страхование объектов, и в целом в кризис приостановился запуск новых строительных проектов. В части ДМС предприятия снижали расходы на социальное обеспечение сотрудников: сокращали численность застрахованных, отказывались от некоторых рисков в программе, изменяли категории лечебно-профилактических учреждений. «В зависимости от сложности ситуации у клиента пересматривались даже программы страхования основных фондов. Как правило, имел место не полный отказ, а активное использование франшиз либо сокращение пакета до основных рисков – огневого страхования», – вспоминает руководитель управления имущественных видов страхования Северо-Западного дивизиона компании «Ренессанс Страхование» Виталий Овсянников. В среднем бюджеты страхователей сократились в тот период на 20–30%.

В 2011 году темпы роста российского страхового рынка вернулись на докризисный уровень. В СЗФО ситуация выравнивается труднее: и падение сборов на пике кризиса здесь оказалось глубже, и восстановление рынка происходит медленнее, чем по России в целом (соответственно 13% и 16% роста в первом полугодии нынешнего года). Тем не менее компании, подталкиваемые возобновившейся конкуренцией за персонал, реанимировали свои бюджеты на ДМС, страхование жизни, страхование от несчастного случая. Развитие риск-менеджмента в банках и нефинансовых организациях положительно сказалось на возобновлении страхования финансовых рисков. Растут показатели по страхованию грузов, залоговому страхованию, каско, а также страхованию коммерческой недвижимости и оборудования. «Сохраняется тенденция к росту количества договоров с покрытием «от всех рисков» и страхования убытков от перерыва в производстве либо потери арендной платы», – констатирует Овсянников.

«К прежним вариантам страхования вернулись предприятия отраслей, где происходило увеличение объемов производства: нефть и газ, строительство, энергетика, транспорт», – говорит заместитель директора компании «Гефест – Санкт-Петербург» Анатолий Кузнецов. Но возврат этот своеобразен. «Экономия на страховании по-прежнему характерна для корпоративных клиентов, хотя характер ее изменился», – утверждает директор департамента корпоративных продаж Северо-Западной дирекции РОСНО Павел Рюмин.

Он поясняет, что если в 2008–2009 годах наблюдался тренд на сокращение количества страховых продуктов или полный отказ от страхования, то в настоящее время многие предприятия вернулись к прежним объемам страховой защиты. Однако теперь при заключении или пролонгации договоров они стараются получить максимальный объем услуг за минимум средств. Лайт-версии страховых программ, разработанные СК в кризис в соответствии с настроением корпоративных клиентов на экономию, становятся менее популярными. Страхователи все реже хотят ограничивать страхование имущества наиболее вероятными рисками или исключать из полиса ДМС стоматологию. Желая вернуться к полноценным договорам, при этом они не готовы резко увеличивать затраты на страхование.

### ***Привязать покрепче***

На сформировавшееся желание клиента получить максимум защиты и сервиса без увеличения затрат на страхование СК отвечают корректировкой программ в двух направлениях одновременно. Осуждая разгул демпинга во время проведения тендеров, ключевые игроки рынка тем не менее готовы предоставлять постоянным клиентам бонус за лояльность – ощутимые скидки за безубыточное страхование в течение года и более. «У компании «Цюрих» существуют скидки за безубыточность и хорошее качество риска, – рассказывает Михаил Геллерман. – Например, если объект и оборудование, принимаемые на страхование, оснащены высокотехнологичными системами защиты, клиент может рассчитывать на снижение страховой премии».

Страховщики отмечают, что скидки за комплексное и безубыточное страхование для корпоративных клиентов – норма для рынка. Но одни готовы уступить 5–15%, щедрость других простирается до 20–30%. Как правило, в СК нет нормированных преференций для лучших клиентов, вопрос о ценовых послаблениях решается индивидуально – в зависимости от того, какой объект, по какому пакету рисков и на какую сумму застрахован.

Также не все страховщики признают целесообразным применение понижающих коэффициентов к тарифам за страхование рисков «оптом». «В корпоративных продажах РОСНО унифицированная система скидок при заключении нескольких договоров страхования не используется: работа с каждым корпоративным клиентом выстраивается индивидуально. Когда компания говорит клиенту: «Если вы у нас застрахуете грузы, то программа ДМС вам будет со скидкой 10%», это, с нашей точки зрения, должно вызывать вопросы у страхователей. Ведь в корпоративных продажах приходится иметь дело с нетиповыми рисками – здесь любой объект должен

рассматриваться отдельно с учетом его специфических особенностей», – отстаивает ценовую политику компании Павел Рюмин.

Наиболее действенным инструментом повышения лояльности клиентов ключевые игроки рынка все же считают расширение сервисной составляющей продукта. Помимо индивидуального подхода к формированию страховой программы и сопровождения клиента специально закрепленным менеджером, участники рынка включают в продукты для корпоративного рынка специальные опции.

Так, в качестве дополнительного сервиса упоминаются предусмотрительная страховая сумма при страховании имущества и ретроактивный период при страховании гражданской ответственности. «Корпоративные клиенты, застрахованные в РОСНО по комплексной программе ДМС, получают в виде бонуса для своих сотрудников страхование медицинских и медико-транспортных расходов на время пребывания за пределами России и стран СНГ с лимитом ответственности 30–50 тыс. долларов, – приводит пример Рюмин. – Также клиент может выбрать страхование медицинских и медико-транспортных расходов граждан во время пребывания на территории РФ и стран СНГ, за пределами стокилометровой зоны от постоянного места проживания, включая медико-транспортную эвакуацию и оказание экстренной медицинской помощи».

### ***Без иллюзий***

Острота конкуренции за корпоративного клиента предопределена также теснотой освоенного страховщиками пространства: по данным участников рынка, свои риски страхуют не более 20% юридических лиц, главным образом относящихся к крупному бизнесу. Средние предприятия заботятся о своей безопасности в меньшей степени. «По моей оценке, около 90% небольших компаний Санкт-Петербурга не застрахованы вообще», – замечает Павел Рюмин.

Теоретически сотрудничать с малыми предприятиями страховщикам должно быть проще. При работе с крупными клиентами требуется глубокое понимание их бизнеса, более серьезный андеррайтинг, увеличивается документооборот, удлиняется процесс согласования. Бизнес-процессы «малышей» более ординарны, а риски – предсказуемы и просчитываемы. «Для малого бизнеса, который не имеет возможности использовать постоянный персонал юристов, страховых специалистов, оценщиков, мы предлагаем

упрощенные процедуры формирования договора страхования. Это похоже на «коробочный» продукт, где клиент может быстро выбрать оптимальную комбинацию из заранее просчитанных типовых вариантов защиты», – объясняет Дмитрий Куксинский.

С другой стороны, малый и средний бизнес объективно подвержен серьезным рискам: он не может позволить себе отчуждать часть денег из оборота для формирования аварийных фондов. А кредитные средства в форс-мажорной ситуации нередко оказываются недоступными. Страхование имущества и ответственности может оказаться для таких компаний единственным надежным способом управления рисками и защиты от непредвиденных расходов.

На практике расширять поле деятельности за счет вовлечения в круг клиентов небольших предприятий оказывается довольно сложно. Из числа опрошенных СК только «Росгосстрах» делает серьезную ставку на малый бизнес, а «Ренессанс Страхование» формирует корпоративный портфель преимущественно из средних предприятий. Остальные пока сосредоточены на борьбе за крупные компании.

Главным препятствием для более глубокого проникновения страхования СК считают повышенную чувствительность малых и средних компаний к ценовому фактору: из-за дефицита оборотных средств они зачастую приобретают только обязательные страховые полисы. «Особых иллюзий относительно перспективности для себя данного направления мы не питаем, в силу того что этот бизнес пока не столько развивается, сколько выживает и, соответственно, страхуется только тогда, когда его к этому принуждают», – заключает Эдуард Яблоков.

Но и сами страховщики не слишком спешат на это поле: из-за неурегулированности многих процедур работа с этой категорией клиентов чревата мелкими, но весьма многочисленными рисками. Так, в качестве залога для получения банковского кредита чаще всего малые предприятия используют товары со склада. Банки же, как рассказали в компании «СОГАЗ», оценивая залог, применяют дисконтирование вплоть до 50%, но при этом выплату страхового возмещения обычно требуют производить по действительной стоимости, без применения пропорций, что заведомо невыгодно СК.

Кроме того, отсутствует система применения суброгационных требований к лицам, не обеспечившим сохранность застрахованного имущества, которая могла бы снизить риски СК. Так, крайне редко заключаются договоры ответственного хранения.

Охранные же предприятия, по словам страховщиков, по сути, ответственности за стоимость украденного имущества не несут.

### ***С гигантами легче***

*Директор Санкт-Петербургского филиала ОАО «СОГАЗ» Эдуард Яблоков:*

– Существенного ограничения расходов на страхование со стороны наших корпоративных клиентов в период кризиса мы не почувствовали. Группа «СОГАЗ» – крупнейший корпоративный страховщик страны, обеспечивающий страховой защитой системообразующие предприятия экономики, осуществляющий комплексное страхование бизнеса ведущих промышленных предприятий. Деятельность наших клиентов связана с очень серьезными и специфическими рисками, поэтому они склонны ответственно относиться к защите своих интересов.

Но можно говорить о другом тревожном следствии кризиса – об усилении негативного влияния демпинга на страховые тарифы. А оно весьма существенно. Так, при страховании крупных имущественных рисков иногда предлагаются ставки в несколько раз меньше приемлемых для страховщика, хорошо знакомого с данными рисками и располагающего опытом урегулирования такого рода убытков.

Понятно, что чудес не бывает и практикующие демпинг компании далеко не всегда выплачивают страховое возмещение или выплачивают сумму существенно меньше нанесенного страхователю ущерба. Некоторые страховщики в период кризиса ушли с рынка, у значительной части уставный капитал не соответствует требованиям законодательства, вступающим в силу с 2012 года. Поэтому в последнее время серьезные страхователи начинают гораздо внимательнее подходить к выбору страховщика, обращают внимание не только на цену, но и на его надежность, предпочитая выбирать в партнеры тех, кто платит.

**Источник: Эксперт Северо-Запад, № 45, 14.11.11**

Автор: Владимирова Е.□