

Рынок страхования в России по основным сегментам практически достиг своего потолка и близок к насыщению. Более того, в отрасли наблюдается стагнация. Наиболее перспективным направлением развития отрасли является разработка продуктов для малого и среднего предпринимательства. В этой сфере страховые компании сталкиваются с очевидными трудностями. Малый и средний бизнес страны разнообразен, распределен по нескольким, совсем не похожим отраслям, таким как торговля, производство и услуги. МСБ неоднороден и по уровню доходов предприятий, и по квалификации персонала, и по состоянию основных фондов. Таким образом, унифицировать его для предложения создания простого, «коробочного» пакета страховых услуг пока не представляется возможным. Культура коммуникации страховых компаний с МСБ в России еще не сложилась.

Каким должен быть массовый страховой продукт для МСБ, предстоит выяснить при участии самих субъектов предпринимательства и посредничестве крупных ассоциаций бизнеса.

Страховщику для анализа рисков малого и среднего бизнеса необходимо иметь представление, в какой сфере занято предприятие, в каком состоянии находятся его здания, коммуникации и оборудование, близость предприятия к потенциально опасным промышленным и природным объектам. Для малого бизнеса важна прежде всего информация о страховых услугах. Общеизвестно, что даже среди руководителей малых предприятий уровень осведомленности о возможностях российского страхового рынка гораздо ниже, чем средний показатель финансовой грамотности. Иными словами, если средний руководитель МСП хорошо знает, как вести собственный бизнес, предоставлять отчетность контролирующим органам, брать кредиты, то понятие о страховых услугах у него отсутствует в 90% случаев, как показали некоторые последние опросы.

Для того чтобы ситуация сдвинулась с мертвой точки, нужно разработать стандартный, доступный и качественный страховой продукт и полис, оформить который можно просто и быстро. Нужен именно «коробочный» продукт, аналогичный тем, что уже широко представлены на рынке. Потребитель будет иметь возможность выбора опций. Можно предположить продажу этих страховок через Интернет с применением таких инструментов идентификации, как электронная цифровая подпись.

Анализ кредитной ответственности малых и средних предприятий в кризис показал, что процент невозврата банковских кредитов у них значительно меньше, чем в сегменте потребительского страхования. В то же время опыт развитых стран – США, Японии, членов Евросоюза показывает, что там страхование занимает одну из ведущих позиций.

Что касается России, то можно буквально по пальцам перечислить удачные примеры страхования МСБ. Им в нашей стране занимаются крупные страховые компании, но их деятельностью охвачено всего 2% МСБ. И это несмотря на то что страховые продукты сегодня не представляют большого обременения – в среднем за полис можно платить 10–20 тыс. рублей в год, а есть среди них и такие, стоимость которых не превышает 1 тыс. руб.

Источник: [Российская бизнес-газета](#), № 41, 30.10.12

Автор: Татьяна Робулец (председатель подкомитета по управлению рисками и взаимодействию с финансовыми институтами комитета ТПП РФ по промышленному развитию)