

Руководители крупнейших страховых компаний ждут консолидацию рынка, но их оценки стоимости бизнеса снизились по сравнению с 2012 г., выяснили в KPMG.

Опрошенные KPMG руководители крупнейших страховых компаний ожидают роста числа сделок по слиянию и поглощению на российском рынке в течение 2013–2014 гг. (исследование есть в распоряжении «Ведомостей»). В опросе участвовали 20 руководителей компаний, совокупная доля которых на рынке составляет около 80%.

Причем 80% респондентов уверены, что участниками сделок будут преимущественно российские игроки, замечает партнер KPMG Эдриан Квинтон. Вдвое меньше считают, что рынок сократится по числу игроков за счет отзыва лицензий. В продажу одного или нескольких крупных компаний верят 30% респондентов. Лишь двое руководителей ждут покупок компаний иностранными страховщиками.

Хотя рынок ждет консолидации, оценки стоимости страхового бизнеса по сравнению с аналогичным опросом 2012 г. существенно изменились. Руководители компаний стали прижимистее. Если в 2012 г. два участника аналогичного опроса (из 30) верили, что компания из топ-10 может стоить вдвое больше собранной за год премии (мультипликатор 2), то в этом году таких не осталось. Количество веривших в мультипликатор 1,5–2 сократилось за год с 33% до 20%, а полагающих, что он лежит в границах 1–1,5, – с 44% до 40%. Наконец, если в 2012 г. лишь 17% опрошенных считали, что компания из топ-10 стоит не более годовой премии, то теперь их 40%.

Причина снижения мультипликаторов – замедление роста страхового рынка в Европе и усиление неопределенности на российском, считает Квинтон. В итоге продавцы не готовы отдавать активы по относительно низким ценам и стремятся переждать, а покупатели не готовы платить больше, чем сейчас стоит бизнес. При этом Квинтон замечает, что в целом на рынке сохраняется приемлемая рентабельность и двузначные темпы роста.

Пикового числа сделок ждать не стоит, считает гендиректор «Сбербанк страхования» Максим Чернин. Однако они будут, уверен он: часть собственников после кризиса ждали, что мультипликаторы отрастут, но этого не произошло – в итоге они готовы идти на уступки в цене. Приобретателями могут быть и российские, и иностранные

приобретатели, считает Чернин.

Показателя мультипликатора к премии недостаточно для оценки стоимости компании, уверен председатель правления СОГАЗа Сергей Иванов: стоимость зависит от капитала, рентабельности портфеля и его диверсификации и оба показателя напрямую не коррелируют с объемом сборов. Но если компания генерирует убытки, а обязательства больше активов, то даже с 10 млрд руб. премии ее могут не купить и за 1 руб., рассуждает Иванов. «В первую очередь покупают сеть, бренд и связи с корпоративными продажами, отдельное влияние на мультипликатор оказывает набор лицензий», – считает Чернин.

Если хороший портфель, но завязанный на одном партнере, то и стоимость компании будет определяться исходя из обязательств по дальнейшему взаимодействию между партнерами, отмечает Иванов. В отличие от ситуации пятилетней давности мультипликатор по премии сегодня практически не играет роли при оценке стоимости компании, констатирует он. С ним согласен Чернин: до кризиса, выходя на поиск покупателя, «вполне спокойно» можно было рассчитывать на мультипликатор 1,5–2. Консолидация необратима – как внутри топ-20, так и ниже, это только вопрос времени, считает гендиректор «АльфаСтрахования» Владимир Скворцов. Компанию нужно оценивать по прибыли, а не по сборам, уверен он: «Если у тебя хорошие сборы, а комбинированный коэффициент (соотношение сборов, расходов и выплат. – «Ведомости») в районе 120%, цена бизнеса – ноль».

Кого оценивали

97,4 млрд руб. – столько сборов собрал в 2012 г. крупнейший страховщик – «Росгосстрах». По итогам I квартала в топ-10 вошли СОГАЗ, «Росгосстрах», «Ингосстрах», «РЕСО-Гарантия», «ВТБ Страхование», «АльфаСтрахование», «Согласие», ВСК, «Альянс» и МАКС.

Источник: [Ведомости](#), № 108, 21.06.13

Автор: Нехайчук Ю.