

Стремление собственников предприятий в кризис свести расходы к минимуму уже отразилось на рынке страхования имущества и рисков, связанных с производственной деятельностью. Страховые компании не скрывают, что с начала года наблюдается отток клиентов, поэтому формируют выгодные предложения, убеждая бизнес в том, что в нынешней экономической ситуации может выручить только страховка. С другой стороны, у бизнеса накоплен негативный опыт взаимодействия со страховщиками: даже в относительно благополучные годы случалось ждать выплат годами, выходит, в кризис страховка не снижает, а лишь увеличивает риски.

С банком не поспоришь

Прибегать к услугам страховщиков предприятия вынуждены, например, для привлечения заемных средств. Механизм банковского кредитования устроен таким образом, что основные фонды большинства предприятий находятся в залоге, следовательно, должны быть застрахованы (как правило, на тех условиях и в тех страховых компаниях, которые предлагает кредитная организация). При этом в случае ЧП банк свои страховые риски покрывает в полном объеме, а вот предприниматель – не факт.

По словам гендиректора миасского керамического завода Анатолия Лаферова, обязательное страхование при получении кредита ощутимо увеличивает процентную ставку, которая и без того является «драконовской».

– Я просто перестал брать кредиты в банках, потому что считаю их условия несправедливыми по отношению к бизнесу, – говорит он. – Оформил заем у частных лиц, которые предоставили деньги под 14 процентов годовых – это в два раза ниже банковской ставки.

По аналогичной схеме действует все больше коммерческих компаний. Ко всему, частники-кредиторы никакой страховки обычно не требуют.

Авось пронесет

Там же, где есть возможность сэкономить (например, на добровольном страховании имущества), бизнес так и поступает.

– В кризис сжимаются финансовые возможности предприятий, съедается накопленный ими «жирок», при этом стремительно возрастают риски, – говорит председатель подкомитета по управлению рисками и связям с финансовыми институтами Торгово-промышленной палаты РФ Татьяна Робулец. – Бизнес начинает повально экономить на безопасности. Однако если раньше в случае ЧП предприятие могло самостоятельно восстановить ресурсы, то сегодня ни у кого лишних денег нет.

По словам бизнесменов, проблема в недоступности страховых программ, которые стали с начала года еще более затратными. Страховка с солидным покрытием (а значит, и с существенными взносами) многим теперь не по карману, поэтому бизнес предпочитает надеяться на авось.

– Со страховыми компаниями сегодня весьма непросто выстраивать взаимовыгодные отношения, – говорит директор станции техобслуживания грузовиков мировых брендов и их официальный дилер в Челябинске Анатолий Рудько. – В то же время на рынке все больше желающих поставить «серые» запчасти на дорогие импортные авто, что чревато частыми поломками. Засилье контрафакта связано с двойным удорожанием импортных комплектующих после изменения курса валют. Поэтому страховка сегодня как никогда актуальна. Мы, конечно, стараемся экономить, выбирая более выгодные предложения, но ежегодно страхуем как недвижимость предприятия, так и грузовой автотранспорт.

Сам себе враг

Многие предприниматели отказываются от страховки, наученные горьким опытом. Так, пару лет назад челябинская бизнес-леди застраховала груз, отправленный из Москвы в Челябинск. Загруженная мясом фура до места назначения не дошла, убытки исчислялись миллионами рублей. Однако в страховой компании историю о пропаже грузовика восприняли скептически и отказались признавать страховой случай, ссылаясь на отсутствие доказательств, что машина вообще покинула столицу. Судебные разбирательства длились около двух лет, и доказать факт пропажи груза в пути так и не удалось (страховщик, в частности, требовал предоставить видеосъемку). Затраты на

услуги адвокатов, судебные тяжбы и сбор доказательств превысили первоначальную сумму убытков в несколько раз.

– Это далеко не единственный случай, когда страховые компании водят предпринимателей за нос, – говорит владелица бизнеса Стелла Шелмиева. – После продолжительных судебных разбирательств, которые бизнесмен к тому же вынужден оплачивать, желания обращаться в страховые компании точно не возникнет, такая разорительная страховка никому не нужна.

По словам бизнес-леди, основные причины частого попадания в подобный капкан – юридическая безграмотность самих предпринимателей (более 80 процентов из них не знают даже азов законодательства), а также тотальная безнаказанность недобросовестных страховщиков. Только ужесточение их ответственности на государственном уровне могло бы исправить ситуацию, считает она.

Несколько иное видение у представителей страхового рынка, которые не сомневаются, что предприниматели зачастую сами иницируют ЧП.

– У многих клиентов страховых компаний после пяти-шести лет исправных платежей возникает желание заработать на страховании. Ведь страховые премии отчисляются ими ежегодно, а если ЧП не происходит, то и компенсации убытков нет, – считает президент национальной ассоциации страховых аджастеров Андрей Богачев. – В этом случае ответ категоричный: не для этого система страхования создавалась.

Погода – не повод

Еще более сложная ситуация с выплатой компенсаций в агробизнесе: доказать гибель посевов от неблагоприятных метеоусловий мало кому из селян удастся. Третий год подряд добивается страховых выплат фермер из Агаповского района Зинаида Салаватулина (о том, как весь урожай на ее полях был уничтожен засухой, а затем и наводнением, «РГ» рассказывала в прошлом году в материале «Просели без субсидии», «Экономика Уральского округа» от 20.02.2014). Однако до сих пор фермер не получила от страховой компании ни копейки и вынуждена занимать деньги, чтобы хоть как-то держаться на плаву.

– За весь прошлый год фермерам Челябинской области страховые компании не произвели ни одной страховой выплаты после постигших регион засухи и ледяного дождя. Тем не менее в преддверии посевной нам снова настоятельно рекомендуют страховать посевы, – возмущается исполнительный директор Союза крестьянских (фермерских) хозяйств и сельхозкооперативов Челябинской области Анна Таскаева. – Доверия к системе страхования у фермеров сегодня нет.

В Челябинской области около 1500 фермерских хозяйств, из них страховые полисы есть только у 15. И с каждым годом желающих оформить страховку становится все меньше.

– Требования у страховщиков к селянам чрезмерные: необходимо вести регулярный мониторинг, следить за влажностью почвы, иметь под рукой данные метеостанций, которых в регионе насчитываются единицы и далеко не в каждом районе области они есть, – поясняет Анна Таскаева.

Основная загвоздка, по словам руководителя клуба молодых фермеров на Южном Урале Александра Гладилова, в том, что доказательную базу должен формировать сам предприниматель, а он зачастую и понятия не имеет, как грамотно это сделать.

– В области необходимо создать некоммерческую ассоциацию, которая защищала бы интересы селян перед страховщиками, помогала бы аграриям убедительно сформировать перечень доказательств, учесть в нем все юридические моменты и тонкости, – предлагает он.

Однако, по мнению большинства аграриев, решить проблему удастся лишь тогда, когда бюджетные субсидии на агрострахование (ни много ни мало – 50 процентов) будут направляться не страховым компаниям, а сельхозпроизводителям.

Проще пареной репы

Претензии предпринимателей вызывают у представителей страхового бизнеса недоумение. По словам замдиректора челябинского филиала российской страховой компании Сергея Бургучева, процедура установления страхового случая для аграриев упрощена до предела.

– Определил, сколько сеешь и какая урожайность была в течение пяти лет. Если получил меньше на 25 процентов, сообщаем в страховую компанию. Аккредитованные минсельхозом РФ страховые эксперты приедут и выяснят на месте, положена компенсация или нет, – разъясняет Сергей Бургучев.

При этом страховщики уверяют: средняя продолжительность страховых выплат составляет от полугода до 12 месяцев. Если причины возникновения страхового случая не вызывают сомнений, первые выплаты стартуют уже через пару месяцев.

– Ошибка многих предпринимателей заключается в том, что при выборе страховой компании они ориентируются на стоимость услуг, их дешевизну. Хотя первым делом нужно учитывать репутацию партнера, – говорит первый заместитель председателя правления страховой группы Николай Галушин. – Кроме того, глупо слепо соглашаться на то, что вам предлагает страховая компания. Договор должен быть понятным владельцу бизнеса, не содержать скрытых моментов и подводных камней. Нужно избегать ситуаций, когда одно осталось в разговоре и разъяснениях и абсолютно другое – на бумаге. Ведь если дело дойдет до суда, в основе разбирательств будет лежать договор. И возмещать убытки от пожара, когда страховка оформлена на случай наводнения, ни одна страховая компания не станет.

Источник: [Российская газета](#) , № 6639, 01.04.15

Автор: Мироненкова А.