

*У страховщиков началась охота на самого желанного клиента – на конец года приходится пик переговорной активности по перезаключению договоров корпоративного страхования. По оценкам консалтинговой компании Oliver Wyman, этот сегмент дает 90% прибыли в классическом страховании. В условиях ожесточенной конкуренции страховые компании пытаются сохранить объемы бизнеса и одновременно отойти от демпинга.*

### **Страховые сливки**

Один из самых благополучных сегментов у страховщиков, рынок корпоративного страхования, по итогам 2011 года дал более половины премий по рисковым видам страхования – 344 млрд из 665 млрд руб. При этом, согласно Стратегии развития рынка страхования на период до 2020 года, подготовленной консультантами из компании Oliver Wyman, до 90% прибыли на рынке (без учета ОМС) приносят страховщикам именно корпоративные клиенты. Свыше 90% премии в корпоративном страховании страховщики получают по страхованию рисков крупных предприятий, что отражает структуру российской экономики. Только 16% ВВП создается предприятиями малого и среднего бизнеса, которые и страхуются не так активно.

В более чем 150-страничной стратегии сегменту корпоративного страхования уделено наименьшее внимание – он не только консервативен, но и наиболее благополучен. «Структура лидеров на рынке корпоративного страхования достаточно устойчивая, – говорит замглавы рейтингового агентства «Эксперт РА» Павел Самиев. – Растет доля «ВТБ Страхования», СОГАЗа, «Согласия».

«Основные игроки на рынке корпоративного страхования – это компании, входящие в топ-15 лидеров отрасли. При этом в пятерке основной объем бизнеса приходится на кэптив, однако чем ближе к концу списка, тем выше доля розницы», – отмечает заместитель гендиректора «ВТБ Страхования» Алексей Володин.

Ненадолго благополучие сектора нарушил финансовый кризис. «Экономический кризис

2008 года негативно отразился на рынке страхования имущества юрлиц, – говорит заместитель начальника управления стратегических проектов «Ингосстраха» Александр Гогленков. – По нашим оценкам, в 2009 году он сократился примерно на 17%. Другой пример – рынок страхования грузов: в 2009 году премия снизилась там на 12%».

«Самым показательным изменением посткризисного рынка стало увеличение доли ведущих страховщиков, – рассказывает зампред правления СОГАЗа Николай Галушин. – Эта тенденция сохранится: доля крупнейших страховщиков в общем объеме рынка возрастет, как и конкуренция между ними». По его словам, страховщики утратили историческую специализацию: все стали заниматься всем; пример такой активности – массовый заход страховщиков в агрострахование. Это реакция на снижение денежного потока. «Также мы наблюдаем сейчас массовый исход страховщиков из отдельных сегментов: морские риски, испытательные полеты, предпринимательские риски, – перечисляет Николай Галушин. – Опасность заключается в том, что в отдельных сегментах конкуренция оказалась настолько передавленной, что там может не остаться серьезных игроков».

Впрочем, страховщики довольно быстро оправались от кризиса. Кроме того, 1 января 2012 года они получили новый рынок – обязательное страхование ответственности владельцев опасных объектов (ОПО). По итогам шести месяцев 2012 года ОПО принесло страховщикам дополнительно 9 млрд руб., впрочем, это почти вдвое меньше ожиданий рынка.

### ***Тарифный бой***

Так или иначе, высокие тарифы по корпоративным договорам – гарантия благополучия – остались в прошлом. За последние годы тарифы резко снизились, в страховании промышленной и коммерческой недвижимости, машин и оборудования, строительно-монтажных рисков, а также грузов, ответственности и в страховании от несчастного случая – в три-четыре раза. Причина – сильнейшая конкуренция, которая привела к демпингу.

Впрочем, конкуренция по цене не единственное оружие в арсенале страховщиков. Сегмент корпоративных договоров делится на открытую и закрытую зоны. Согласно стратегии Oliver Wyman, конкуренция в первой довольно острая в плане цены, тогда как во второй она сводится к получению привилегированного доступа. По некоторым

оценкам, закрытая зона занимает около 70% общего объема корпоративного сегмента.

«Никаких правовых норм, позволяющих разделить рынок на открытый и закрытый, не существует, – говорит директор центра стратегического анализа рынка СК «Согласие» Андрей Бондаренко. – Однако на практике такое разделение есть – оно означает, что какой-то клиент будет обслуживаться только в определенной страховой компании. Причем совершенно не обязательно, что страховщик и страхователь входят в одну финансово-промышленную группу. Например, СОГАЗ и «Газпром» находятся в дальнем юридическом родстве. Однако результаты каждого тендера «Газпрома» заранее известны всем участникам рынка».

Разделение рынка, по мнению Oliver Wyman, отражается на структуре продаж. В России прямые корпоративные продажи являются основным каналом, а на мировых рынках до 90% такого рода бизнеса осуществляется через брокеров. «В каждом случае корпоративный клиент сам решает, каким образом выбирать себе партнера по страхованию: самостоятельно или через брокера, в открытом, закрытом или смешанном режиме, – рассказывает Николай Галушин. – Это тоже своеобразное российское ноу-хау: конкурс проведем, но страховщика выберем по собственному разумению. Отдельный сегмент представляют государственные заказчики с формализованной законом процедурой проведения конкурсных закупок. Убедить законодателей изменить закон так, чтобы ключевым условием выбора страховщика была не столько цена, сколько финансовая возможность выполнения обязательств, принимаемых по госконтракту, пока не получается».

Страховщики признают, что на рынке корпоративного страхования нет никаких стандартов, правил или «лучшей практики». Закупки производятся в соответствии с внутренними процедурами и политикой.

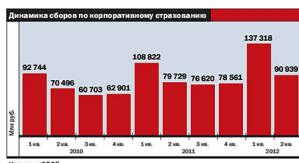
### ***Последствия прибыльности***

Крупные риски могут обернуться масштабными выплатами, но в целом по рынку уровень выплат выглядит успокаивающим. По данным ФСФР, размер выплат по корпоративным видам страхования по итогам 2011 года составил около 142 млрд руб., за первое полугодие 2012-го – около 86 млрд руб. Крупные убытки и соответствующие страховщики рынку известны: в 2006 году «Ингосстрах» выплатил \$75 млн по причине пожара на складе компании «Протек». Спустя четыре года РОСНО (сейчас – «Альянс»)

выплатило 2,47 млрд руб. «РусГидро» в связи с аварией на Саяно-Шушенской ГЭС. В 2011 году стало известно, что общий размер выплат «АльфаСтрахования» по пожару на Чагинской электростанции составил 2,2 млрд руб.

В большинстве случаев клиент и страховщик решают вопрос о выплате полюбовно. «Судебная практика мотивирует страховщиков разрешать конфликтные ситуации во внесудебном порядке. Согласно статистике, 86% дел по страхованию решается в пользу страхователя, – говорит Андрей Бондаренко. – Это справедливо. Страховщик обязан максимально четко объяснять правила страхования, качественно урегулировать убытки и эффективно отслеживать попытки мошенничества».

По словам Николая Галушина, в убытках всегда есть «серые» зоны: нарушение правил пожарной безопасности, пренебрежение обязанностями, проблемы с качеством первичной информации и т.д., что дает сторонам основание быть недовольными друг другом. Но в большинстве случаев находится компромисс. «Страховщики не платят» – это миф, который уже пора оставить в прошлом, – полагает Николай Галушин. – И в рознице, и в корпоративе отсутствует практика «не платить». Споры бывают, часть их попадает в суды, но это скорее исключение из правил, чем само правило».



## Перспективы

По мнению Oliver Wyman, российская отрасль корпоративного страхования должна энергичнее участвовать в страховании рисков российского бизнеса, в частности освободить государство от необходимости платить по убыткам организаций с госучастием.

«Государство до сих пор несет на себе риски, связанные с гражданской ответственностью крупных предприятий, – говорится в «Стратегии». – Например,

Россия – одна из немногих стран с крупной экономикой, в которых нет обязательного страхования ответственности работодателя. Многие риски в сфере профессиональной ответственности покрыты в недостаточной степени, а также нет вмененного страхового покрытия для членов профессиональных ассоциаций».

Как отмечает Oliver Wyman, крупнейшие российские предприятия застрахованы недостаточно, и внедрение более сложных и универсальных методов управления рисками создаст дополнительный спрос на страхование. «Государству следует требовать от компаний с госучастием уделять первостепенное внимание риск-менеджменту», – написано в обзоре.

В свою очередь, российским страховщикам стратегия рекомендует обратить внимание на сектор малого и среднего бизнеса, обеспечить ему с помощью страховки дополнительную стабильность для диверсификации экономики. Владельцы небольших предприятий не понимают экономическую выгоду страхования, а страховщики еще не создали достаточно привлекательные и простые в администрировании продукты, отвечающие потребностям клиента, сообщает документ.

Впрочем, страховщики и сами пытаются сделать сегмент корпоративного страхования более цивилизованным. В этом году там обозначился интересный тренд: крупные компании отходят от демпинга. «Как отмечают топ-менеджеры крупнейших страховых компаний, раньше тарифы компаний, участвовавших в отборе, могли отличаться едва ли не в десять раз, а сейчас они постепенно выравниваются, – рассказывает Павел Самиев. – Если процесс продолжится в период перезаключения договоров страхования на следующий год (переговоры начались уже в октябре), можно будет говорить о тенденции ухода от демпинга в этом сегменте».

В целом, полагают аналитики «Эксперта РА», сегмент корпоративного страхования останется одним из наиболее консервативных, это относится и к структуре лидеров, и к общей картине развития – к концу года ожидается прирост до 10%.

## **Крупнейшие страховщики имущества юрилиц по итогам первого полугодия 2012 года**

Место

Компания / группа компаний

Взносы по страхованию имущества юрлиц (тыс. руб.)

Взносы за первое полугодие 2011 года (тыс. руб.)

Темпы прироста взносов (%)

Сборы по добровольным видам страхования, всего (тыс. руб.)

Доля страхования имущества юрлиц в портфеле компании (%)

Выплаты (тыс. руб.)

Уровень выплат (%)

1

СГ «СОГАЗ»

11 501 854

7 947 289

44,7

45585374

25,2

2 256 912

19,6

2

ГК «Росгосстрах»

3 434 131

3 115 711

10,2

51480898

6,7

630 039

18,3

3

Страховая группа «АльфаСтрахование»

2778558

3651273

-24

19573494

14,2

231798

8,3

4

Группа компаний «Ингосстрах»

2480701

2498002

-0,7

36036925

6,9

355445

14,3

5

Страховая группа «Капитал»

2424756

2314065

4,8

6122055

39,6

9465

0,4

6

ОСАО «РЕСО-Гарантия»

1424544

1392088

2,3

26378881

5,4

177724

12,5

7

COAO «ВСК»

1242299

1219286

1,9

16246876

7,6

566073

45,6

8

ЗАО «СК «Транснефть»

920286

920867

-0,1

6080852

15,1

44005

4,8

9

ООО «СК «Согласие»

847033

736509

15,0

15928351

5,3

58526

6,9

10

СОАО «Национальная страховая группа»

686645

652341

5,3

1428173

48,1

85746

12,5

11

Группа «Ренессанс Страхование»

556172

572957

-2,9

11602267

4,8

2107413

378,9

12

Группа «Альянс»

512665

390561

31,3

14188186

3,6

293981

57,3

13

ЗАО «СК «Чартис»

401964

6797

5813,8

1357769

29,6

139287

34,7

14

ООО «СК «ВТБ Страхование»

398832

225937

76,5

14844760

2,7

493956

123,9

15

ООО «СО «Помощь»

397236

56478

603,3

1198010

33,2

2299

0,6

16

ОАО «САК «Энергогарант»

342869

338363

1,3

3213479

10,7

44450

13,0

17

ОАО «СГ МСК»

308315

737781

-58

10254999

3,0

134880

43,7

18

Группа «МАКС»

304207

358037

-15

11838150

2,6

86535

28,4

19

Группа «Цюрих»

256351

169848

50,9

3919257

6,5

141472

55,2

20

СОАО «Русский страховой центр»

245247

229557

6,8

1672865

14,7

4994

2,0

*По данным рейтингового агентства «Эксперт РА», ФСФР*

Источник: [Коммерсантъ Деньги](#), № 46, 19.11.12

Автор: Григорьева Е.