# «ЯКОРЬ» ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

**Алексей Семенихин**

*окончил Московский Государственный Открытый Университет по специальности «Экономист в области строительства» в 1998 году. Прошел службу в рядах Вооруженных сил РФ. В страховании с 1995 года. С 2003 по 2010 годы являлся заместителем генерального директора, первым заместителем генерального директора ГСК «Югория», а с 2010 года по 2012 год – генеральным директором Государственной Страховой Компании «Югория».*

*С декабря 2012 года – генеральный директор компании Страховое Общество «ЯКОРЬ».*

*Фото: СК «Страховое общество «Якорь»*

**Год назад Страховое Общество «Якорь» поставило цель нарастить портфель клиентов из числа предприятий малого и среднего бизнеса и выпустило на рынок соответствующие страховые продукты. О том, удалось ли развить это направление, и о проблемах, с которыми на нашем рынке сталкиваются небольшие страховые компании, рассказывает генеральный директор Страхового Общества «Якорь» Алексей Семенихин.**

***«Современные страховые технологии»:*** Алексей Михайлович, изменилось ли что-то за год в отношениях вашей страховой компании с предприятиями малого и среднего бизнеса?

***Алексей Семенихин:*** Принципиально, конечно, ничего не поменялось. Но за этот год страховая компания «Якорь» подготовила несколько интересных специализированных продуктов для этого сегмента. Сказать, что на них есть повышенный спрос со стороны потребителей, пока нельзя. В частности, если говорить о предприятиях автосервиса, а некоторые специализированные продукты мы готовили для них, в Москве и Санкт-Петербурге мы сделали предложение более 1500 компаний. Из них заинтересованность к новым продуктам проявили около 30%, но заключили договоры только 5 компаний. Основная причина отказа, как объясняют наши клиенты, экономическая. Да, продукт интересен, мы понимаем его ценность, но сейчас не готовы тратить денежные средства на страхование своего имущества. Мы пытались выяснить, не является ли стоимость продукта для них слишком высокой. В результате многочисленных бесед с владельцами автосервисов, мы получали ответ, что цена вполне адекватна, но, тем не менее, они не готовы тратить свои оборотные средства на страхование в силу, наверное, нашей русской надежды на авось, расчета на то, что ничего не случится.

***«ССТ»:*** А какие другие продукты для малого и среднего бизнеса были разработаны вашей компанией?

***А.С.:*** Мы создали страховой продукт для стоматологических кабинетов. Из всего сегмента медицинских услуг мы выделили именно стоматологию (мини-клиники), потому, что их достаточно много. Для них подготовили упрощенный продукт по страхованию имущества. Упростили оценку стоимости оборудования. В продукт был включен не только пакет имущественных рисков, но и страхование ответственности перед арендодателями. Включение этого риска оправдано в силу того, что многие небольшие стоматологические кабинеты находятся в арендованных помещениях. Также в пакет страхования входит страхование ответственности врача перед клиентом. Предлагалось и страхование руководителей клиники от несчастного случая.

Здесь мы получили более обнадеживающие результаты, так как с некоторыми клиниками мы работаем, направляем к ним определенный поток клиентов. Поэтому у нас

получается наладить взаимовыгодное сотрудничество. Мы даем им определенный объем «загрузки», они у нас страхуют имущество. Положительный пример продвижения идеи страхования для стоматологических клиник показал, что страхование малого бизнеса должно идти по пути поиска взаимного интереса и партнерства.

Так что, возможно, с автосервисами у нас не получилось сотрудничество из-за того, что мы не могли предложить объем загрузки ремонтной базы. Мы практически не занимаемся КАСКО.

***«ССТ»:*** Алексей Михайлович, среди страховщиков говорят, что отсутствие спроса на страхование в сегменте малого и среднего бизнеса связано, прежде всего, с низкой страховой культурой, отсутствием финансовой грамотности как у владельцев, так и у руководителей бизнеса.

***А.С.:*** К сожалению, о страховании рисков, которые могут возникнуть в процессе ведения бизнеса, владельцы небольших компаний задумываются только тогда, когда неприятности уже наступили. Когда наши продавцы встречаются с предпринимателями и пытаются обозначить какие-то возможные риски, существующие в деятельности их компаний, как правило, предприниматели стоят на том, что за два-три года работы у них не произошло никаких пожаров или заливов, и, наверное, так будет всегда.

***«ССТ»:*** Алексей Михайлович, вы могли бы поделиться вашими планами на перспективу?

***А.С.:*** У каждой компании, конечно, свой план развития. Мы продолжаем работу в рамках «Опоры России», чтобы понять возможные изменения в работе предприятий малого и среднего бизнеса. Мы сейчас объединились в свое СРО. Называется оно «Национальная страховая гильдия». До недавнего времени «Национальная страховая гильдия» существовала как некоммерческое партнерство, основанное 10 лет назад. После того, как зашла речь о саморегулировании на финансовом рынке, было принято решение о преобразовании объединения в СРО. Пока это преобразование запланировано в рамках действующего закона, у нас нет закона, направленного на создание СРО именно для финансовых

*Страховое Общество «ЯКОРЬ» основано в мае 1991 года.*

*Компания имеет лицензии ФССН на страхование и перестрахование и предлагает своим клиентам более 80 различных страховых продуктов.*

*Совокупные активы Общества на 31.12.2012 года составляют 1035 млн. рублей.*

*По данным рейтингового агентства «Эксперт РА», по итогам I полугодия 2012 года компания занимает 41-е место среди 100 ведущих страховщиков России по добровольным видам страхования. Региональная сеть компании включает в себя девять филиалов в крупнейших городах РФ.*

организаций. Правда, все ожидают, что в осеннюю сессию закон будет внесен, и сейчас идет диспут о том, какие критерии и требования в нем должны быть определены. Существуют самые разные мнения, в том числе и такие, что СРО на страховом рынке должна быть одна. Она должна объединять брокеров, перестраховщиков, общества взаимного страхования и страховые компании. Предполагается, что должно быть выделено как минимум три направления: первое – страховые компании, включая перестраховщиков, второе – общества взаимного страхования, и третье – страховые брокеры. Но есть еще один вопрос: значит ли это, что СРО должна быть одна на всех, или каждый сегмент должен иметь свою СРО? В том проекте закона, который был изначально, СРО должна объединять не менее 30% рынка.

***«ССТ»:*** А какая модель более эффективна, по вашему мнению?

***А.С.:*** По моему мнению, более эффективна модель, предусматривающая хотя бы три СРО. Если СРО страховщиков будет одна, то ее политику, скорее всего, будут определять крупные страховщики. На их фоне интересы средних страховых компаний учитываться не будут. Я не сужу голословно. Есть опыт страховых объединений, например, НССО, когда вступительный взнос определен в размере 6 млн. руб., ежегодные членские взносы установлены в размере 6 млн. руб. Для средних и малых компаний это существенные суммы. То есть, это – своего рода заградительный барьер для небольших страховщиков. Вместе с тем, при страховании ОПО существует достаточное количество небольших объектов и, даже если страхуется большой объект, перестрахование никто не отменял. Варианты работы могут быть разными.

Возможна ситуация, когда страховые компании оставляют большую часть риска себе, но также бывает, что большая часть риска передается в перестрахование. В таком случае, небольшая страховая компания может выступать в качестве риск-менеджера для предприятия, перераспределяя застрахованный риск по рынку. Есть другие примеры, в частности, при страховании выезжающих за рубеж ответственность по одному полису небольшая, и страховая компания может полностью взять риск на себя. Таким образом, для средних страховых компаний наиболее приемлемым вариантом является сотрудничество с как минимум тремя страховыми компаниями. В таком случае небольшие страховщики смогут отстаивать свои интересы на рынке. «Национальная страховая гильдия» объединяет именно средние страховые компании.

***«ССТ»:*** Почему деятельность «Национальной страховой гильдии» стала актуальна именно сейчас?

***А.С.:*** Необходимость в существовании «Национальной страховой гильдии» возникла из-за желания небольших страховых компаний отстаивать свои интересы при обсуждении закона о СРО на финансовых рынках. Кроме того, вступление в силу закона по ОС ОПО дало возможность рынку почувствовать на себе риски ра-

боты СРО, сформированной под крупные компании. Понимая возможные последствия такого развития событий, страховые компании средней руки начали консолидироваться, чтобы вырабатывать единую позицию по актуальным вопросам и через СРО вести диалог с Центробанком.

***«ССТ»:*** А сколько сейчас компаний объединяет «Национальная страховая гильдия»?

***А.С.:*** Сейчас в «Национальной страховой гильдии» – 34 компании. После того, как Страховой дом ВСК объявил, что прекращает представлять интересы малых и средних страховых компаний по урегулированию убытков в рамках ОСАГО в различных субъектах РФ, число заявлений на вступление в «Национальную страховую гильдию» возросло. Нам опять пришлось консолидироваться, чтобы организовать покрытие по регионам и не потерять лицензии по этому виду страхования. «Национальная страховая гильдия» выступала одним из наиболее активных организаторов этого процесса вместе с компаниями, входящими в Урало-сибирское страховое соглашение. Фактически, совместно нам удалось закрыть основную часть регионов. Сейчас обсуждаются вопросы в связи с возможным требованием по увеличению уставного капитала страховых компаний. Когда в прошлый раз страховщики повышали уставной капитал, с небольшими страховыми компаниями вообще никто ничего не обсуждал. Соглашусь, что требования к уставному капиталу были на приемлемом уровне. Страховщики подтянулись, но дальнейшее его увеличение вызывает вопросы. Скажем, в Германии нет таких жестких требований к страховым компаниям, а там рынок работает не одно столетие.

Кроме того, большой уставной капитал страховой компании не является гарантом надежности. Количество страховщиков из года в год сокращается. Те, кто понимают, что проигрывают, уходят с рынка. Для ускорения этого процесса, я считаю, не обязательно поднимать размер уставного капитала.

Вернусь к вопросу об изменениях к закону «Об организации страхового дела». С июля 2015 года вводятся требования по размещению активов через спецдепозитарий, эта мера тоже послужит тому, что активы компаний будут соответствовать нормам, которые сегодня заложены в законе. Конечно, и тут существует много нерешенных вопросов. Например, спецдепозитарий может подтвердить наличие ценных бумаг, денежных средств, но как он может подтвердить адекватность дебиторской задолженности или доли перестраховщика? Пенсионные фонды работают с депозитариями уже более 10 лет, и постепенно им удалось выстроить эту работу. Но в пенсионных фондах ситуация проще, чем в страховании. Там нет перестрахования и прочих особенностей, свойственных страховому бизнесу. В целом вот такие вопросы остаются, но, главное, хотелось бы, чтобы Центробанк, осуществляя функции регулятора на страховом рынке, учитывал также интересы и небольших страховых компаний.