

4 МИФА О СТРАХОВОМ БРОКЕРЕ

Среди некоторых представителей бизнеса и властных структур существует целый ряд мифов о работе страхового брокера — одного из ключевых участников рынка. Вывод денег, поощрение коррупции, лишнее звено в договоре — вот далеко не полный перечень «грехов», приписываемых брокеру. Чтобы разобраться в том, что из этого миф, а что — правда, мы обратились к крупнейшему международному брокеру. Генеральный директор АО «Марш — страховые брокеры» Андрей Денисов не только развенчал мифы, но и объяснил, почему сотрудничество со страховым брокером выгодно и страхователю, и страховщику.



Современные страховые технологии: Андрей Юрьевич, можете кратко объяснить, в чем смысл работы страхового брокера?

Андрей Денисов: Страховой брокер — критически важный и уникальный участник страхового рынка. Он не продает, а, по сути, покупает страхование для своих клиентов. И при этом сам брокер является профессиональным и регулируемым участником страхового рынка.

ССТ: В чем заключается важность страхового брокера для всего рынка?

А. Д.: Страховой брокер — это «адвокат» клиента, его профессиональный страховой консультант. Компании, заинтересованные в стабильной работе и профессиональной страховой защите, прекрасно осознают важность страхового брокера.

В отличие от отдельно взятой страховой компании, брокер видит работу самых разных страховщиков, обладает системными знаниями по многим отраслям промышленности, знает, как организуется

страховая защита того или иного бизнеса в России и других странах мира. Кроме того, мы можем обеспечить доступность очень большого объема достоверной и аналитической информации, помогающей клиентам принимать правильные решения.

Эффективный брокер повышает устойчивость страховщика: он гораздо лучше строит работу с клиентами и помогает страховой компании сократить расходы на аквизицию, позволяя ей сосредоточиться на своих основных функциях.

ССТ: Получается, брокер — незаменимый посредник между бизнесом и страхованием?

А. Д.: Отводить брокеру исключительно посредническую роль означает не использовать в полной мере его уникальный ресурс для развития бизнеса и развития законодательства. В первую очередь, брокер — это организатор страхового процесса. Обладая большим объемом данных, мы несем на рынок инновации, аккумулируем лучшие практики, способствуем проникновению свежих идей и современных подходов из опыта других стран. Таким образом, развитие страховых услуг и сервисов происходит гораздо быстрее, а не путем долгой эволюции.

А для регулятора брокер — источник объективной информации. Крупный и серьезный страховой брокер в первую очередь заинтересован в прозрачности и своего бизнеса, и рынка в целом. Нам нужна игра по открытым понятным правилам: справедливые комиссии, четкий функционал и его привязка к вознаграждению, высокие квалификационные требования и т. д.

ССТ: Получается, регулятор должен быть максимально заинтересован в развитии брокерского бизнеса и укреплении связей брокера со страховщиками?

А. Д.: Надо признать, что то количество отчетности, то количество требований, которое сейчас предъявляют мегарегулятор и российское законодательство, очень сильно осложняет работу многих небольших брокеров, которые вынуждены становиться агентствами и прекращать свою брокерскую деятельность. Меры, предпринимаемые Банком России в последние несколько лет, ведут к тому, что в этом бизнесе остаются только те компании, которые научились работать в новых реалиях.

Мы считаем, что для российского страхования было бы полезно стимулировать вовлечение брокера в рынок, а не изолировать его. Например, обязательное страхование сейчас вообще не оговаривает работу с брокером (кроме комиссии в структуре ставки) — и это в корне неправильно. Еще одна проблема нашего бизнеса — нечеткость трактовки положений Налогового Кодекса РФ об отнесении брокерских расходов на себестоимость продукции. Мы считаем, что если затраты на услуги страхового брокера для предприятий не относятся на статью производственных затрат, то базовый принцип страхования нарушен на уровне закона! Ведь консультации, которые заказывает предприятие у страхового брокера — не удовольствие, а необходимость.

Также нам кажется, что необходимо больше вовлекать брокеров в обсуждение законодательных инициатив, поскольку мы в состоянии профессионально оценить их влияние на клиентов и рынок в целом.

ССТ: Мы с вами сейчас коснулись мифа № 1, с которым связывают работу брокера: якобы это сплошь «серые» схемы, вывод денег и поощрение коррупции.

А. Д.: И брокер, и клиент выбирает свою правду — сиюминутный заработок и проблемы с законом или работа в правовом поле по управлению рисками и построе-

нию страховой защиты для бизнеса. Marsh всегда выбирает «светлую сторону».

В течение 140 лет и уже более чем в 130 странах мы помогаем своим клиентам профессионально защищать бизнес от рисков, а не выводить деньги или оптимизировать налогообложение.

Репутация — один из важнейших активов страхового брокера наряду с квалификацией, знаниями и опытом работников.

Для Marsh, как международной компании, важно соблюдать законы всех тех стран, в которых она работает. Если хотя бы в одной стране мы нарушим местное законодательство, это будет проблемой для компании в целом. Ведь репутация — один из важнейших активов страхового брокера наряду с квалификацией, знаниями и опытом работников.

Даже если кто-то из сотрудников случайно зайдет в «серую зону», то сработает защитный механизм — несколько этапов внутреннего контроля. Для сделки нужно одобрение комплаенс, юридической, финансовой, коммерческой служб. Сговор такого большого числа участников практически невозможен.

ССТ: Но есть и другие стереотипы. Например, что брокер — это лишнее звено в договоре. Что скажете на это?

А. Д.: Как и в большинстве развитых экономик мира, в российском корпоративном страховании количество договоров с участием брокера давно превысило 50 %. На российском рынке давно стало нормальной практикой, когда клиент полагается на мнение своего консультанта при выборе страховщика, принимая во внимание не только низкую цену, но также финансовую надежность страховой

компании и ее подход к урегулированию возможных страховых случаев. Надо отметить, что эта практика взаимовыгодна и встречает поддержку не только страхователей, но и самих страховщиков.

ССТ: Многие предприниматели продолжают считать, что обращение напрямую к страховщику более выгодно — это миф № 3.

А. Д.: Страховые компании конкурируют за хорошего клиента, и очень часто эта конкуренция провоцирует демпинг. Нередко клиенту готовы предоставить скидку при прямом обращении, чтобы исключить влияние брокера на страхователя. Но, не будучи специалистом в страховании, клиенту сложно понять, за счет чего произошло снижение цены: за счет «отказа» от брокерской комиссии или сужения условий страхования. К сожалению, ошибки, допущенные в процессе борьбы за скидки, выявляются только при наступлении страхового случая — а тут ничего исправить уже нельзя.

Случай из практики:

Мы достаточно долго обсуждали с потенциальным клиентом сложный договор. Когда его основные параметры были определены, клиент заключил договор со страховой компанией напрямую и получил скидку в размере 5 %, что

На российском рынке давно стало нормальной практикой, когда клиент полагается на мнение своего консультанта при выборе страховщика, принимая во внимание не только низкую цену, но также финансовую надежность страховой компании и ее подход к урегулированию возможных страховых случаев.

было эквивалентно примерно 500 000 рублей. Затем на предприятии произошел пожар в результате короткого замыкания. Обрушилась крыша, погибло все дорогостоящее технологическое оборудование. Убыток составил около миллиарда рублей.

А страховая компания в выплате отказала: в полисе была оговорка, что страховым случаем будет признана гибель имущества в случае, если полностью соблюдены правила техники безопасности и эксплуатации оборудования. Но ведь короткие замыкания как раз и происходят вследствие нарушения норм эксплуатации! За счет этой оговорки страховщик и снизил цену, а клиент этого не увидел и в результате потерял миллиард.

ССТ: Миф № 4: страхового брокера интересуют только крупные клиенты. А что же делать малому и среднему бизнесу?

А. Д.: Малый и средний бизнес — очень интересный для нас сегмент. Изучив международный опыт и учитывая особенности российского бизнеса, «Марш» уже несколько лет предлагает продукты для небольших предприятий. Несмотря на сходство российской и европейской практик, между ними есть и различия. Европейская практика обычно предусматривает договор страхования от всех рисков, кроме перечисленных в исключении. В России другая тенденция: клиенты хотят видеть перечень застрахованных рисков, и мы идем клиентам навстречу. В качестве примера перспективных и востребованных продуктов для российского малого и среднего бизнеса я могу привести разработанные нами «коробочные» продукты по страхованию имущества, ответственности и строительно-монтажных работ. Это понятные, недорогие решения, которые обеспечивают защиту малых и средних предприятий от основных рисков.