

# Страховой полис — гарантия сохранности груза

К. О. БАРКОВСКИЙ, заместитель генерального директора САО «Гефест»



**В зарубежных странах использование инструмента страхования в рамках собственного риск-менеджмента — обычная практика, в то время как в России это явление нечастое. Грузовладельцы — нередко себе в ущерб — по-прежнему пренебрегают услугами страховщиков.**

Сегодня в России страхуется около 30 % перевозок, в то время как на Западе этот показатель составляет 90 %. Развитию сегмента, как правило, мешает очень низкая культура страхования в стране.

## Ненадежная защита

Чтобы обеспечить целостную доставку груза, перевозка чаще всего сопровождается охраной. Но даже вооруженный охранник во многих ситуациях, например при стихийном бедствии или ДТП, не способен предотвратить порчу или утрату груза. Кроме того, сопровождение охраной обходится в разы дороже страхового полиса.

Однако грузовладельцы все равно чаще делают выбор не в пользу страхования. Зачастую они не желают заключать новый договор после негативного опыта работы со страховыми компаниями. Получив один раз необоснованный отказ в выплате, они, естественно, больше не хотят сотрудничать со страховщиками, больше доверяя охране.

## Добросовестность сторон

Развитие сегмента страхования грузов тормозится из-за отсутствия законодательной базы, регулирующей отношения грузовладельцев с экспедиторами и перевозчиками.

Очень часто экспедиторы являются агентами-посредниками между грузовладельцем и перевозчиком, не участвуя при этом в документообороте. В итоге складывается ситуация, в которой экспедиторы не несут ответственности за груз, что нередко приводит к мошенничеству.

Риск мошенничества беспокоит как страховщиков, так и владельцев грузов. Эта проблема может касаться любого этапа договорных отношений: возможно завышение стоимости груза, двойное страхование, утаивание существенной информации или сведений об аналогичных происшествиях, фальсификация страхового случая или факт страхования после свершившегося страхового события. Мошеннические схемы бывает довольно трудно распознать, поскольку с каждым годом они становятся все изощреннее.

Большинство случаев мошеннических действий связаны с пропажами машин вместе с грузом, когда преступники подменяют сотрудников транспортной организации непосредственно перед получением товара со склада. Многие крупные выплаты совершаются именно из-за кражи груза такими подставными водителями. В прошлом году наши сотрудники службы безопасности раскрыли несколько

мошеннических схем и пресекли нарушения.

Решение этой проблемы зависит в первую очередь от самих грузовладельцев: нужно более тщательно выбирать экспедиторов и перевозчиков, нельзя руководствоваться дешевизной.

## Слагаемые стоимости

Средние тарифы для страхователя груза варьируются от 0,03 до 0,2 % от стоимости груза. На величину тарифа влияет тип груза, вид транспорта, территория перемещения, наличие охраны, перегрузок и другие параметры.

На основе полученных от грузовладельца данных андеррайтеры страховой компании оценивают вероятность гибели или повреждения груза. Затем определяется страховая сумма, франшизы, рассчитывается страховая тариф. При этом страховщик дает рекомендации, как минимизировать риски угона, пропажи, порчи или гибели товара. Не всем страховым компаниям хватает профессионализма для того, чтобы страховать грузоперевозки, так как в этом сегменте нет типовых и «коробочных» полисов. Для каждого перевозчика требуется индивидуальная оптимальная программа страхования.

## Перспективы рынка

Чтобы рынок страхования грузов активизировался, необходимо повысить страховую культуру в России. Должна измениться психология человека, привыкшего оценивать риск на основе собственной житейской логики.

К сожалению, понимание того, что страхование является инструментом, гарантирующим финансовую безопасность, приходит не в одночасье, а вместе с негативным опытом.

Постепенно страховая защита станет нормой для любой перевозки. Этому будет также способствовать совершенствование законодательства. Страховщики должны вести более активную просветительскую работу, рассказывать перевозчикам, в чем выгода страховки. Конечно, страховым компаниям следует доказывать свою полезность не только на словах, но и на деле, выполняя взятые на себя обязательства. Выплаты в данном случае — самая лучшая реклама.

