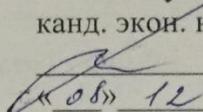


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
Кафедра финансов, денежного обращения и кредита

ДОПУЩЕНО К ЗАЩИТЕ В
ГЭК И ПРОВЕРЕНО НА
ОБЪЕМ ЗАИМСТВОВАНИЯ
И.о.заведующего кафедрой
канд. экон. наук, доцент

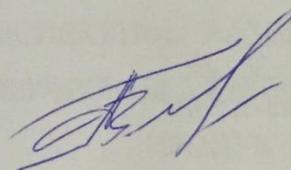

Е.С. Корчемкина

«об» 12 2016

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
УЧАСТИЕ БАНКОВ В ПРОДАЖЕ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ:
ФИНАНСОВАЯ ОЦЕНКА
(магистерская диссертация)

38.04.01 Экономика: Банки и банковская деятельность

Выполнил
Студент 3 курса
заочной формы обучения



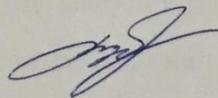
Гавриленко
Александр
Владимирович

Научный руководитель
канд. экон. наук,
доцент



Бабурина
Наталья
Алексеевна

Рецензент
Директор ООО
«ГранитЛогистик»,
канд. экон. наук



Мухаметкулов
Александр
Владимирович

Тюмень 2016

Работа выполнена на кафедре финансов, денежного обращения и кредита
Финансово-экономического института ТюмГУ
по направлению «Экономика»,
магистерская программа «Банки и банковская деятельность»

Защита в ГЭК

протокол от _____ № _____
оценка _____

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УЧАСТИЯ БАНКОВ В ПРОДАЖЕ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ.....	4
1.1. Сущность, мотивы и формы взаимодействия банков и страховщиков.....	7
1.2. Этапы построения интеграционной модели бизнеса и особенности банковского продвижения услуг страховых компаний.....	16
1.3. Зарубежный опыт сотрудничества банков и страховых организаций.....	23
ГЛАВА 2. БАНКИ КАК УЧАСТНИКИ ПРОДАЖИ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ...	31
2.1. Экономические предпосылки банковского участия в продаже страховых продуктов России	31
2.2. Анализ процессов банковского участия в продаже страховых продуктов в России на современном этапе.....	43
ГЛАВА 3. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОЦЕССОВ УЧАСТИЯ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В ПРОДАЖЕ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ В РОССИИ.....	53
3.1. Проблемы развития банкострахования в России в контексте участия банков в продаже страховых продуктов.....	53
3.2. Перспективы участия банков в продаже страховых продуктов на принципах банкострахования	60
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	72
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	76
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	85

ВВЕДЕНИЕ

В связи с нестабильной экономической и политической ситуацией в России и в мире особую актуальность приобретают процессы интеграции банков и страховых компаний. Указанные процессы обеспечивают не только аккумуляцию внутренних инвестиционных ресурсов, приводящих к росту прибыли, но и являются условием стабильности всей финансовой системы в целом.

Наиболее широкое распространение в отечественной практике получил процесс сотрудничества банков и страховых компаний в целях использования банковских каналов продаж для распространения страховых продуктов, именуемый банкострахованием. Постепенное снижение процентных доходов в банковской деятельности стало тем фактором, который подтолкнул банки на поиски новых источников прибыли, одним из которых стали комиссионные вознаграждения от продажи страховых услуг.

Объектом исследования в рамках данной научной работы является банковский канал продаж страховых продуктов в России, предметом исследования – экономические отношения, возникающие между банками и страховыми компаниями в процессе продвижения и продаж страховых продуктов.

Цель данного исследования – на основе обобщения теоретических положений и осуществления аналитических процедур исследовать процессы участия банков в продаже страховых продуктов, провести финансовую оценку данного явления в России.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить сущность, мотивы и формы взаимодействия банков и страховщиков;
- охарактеризовать этапы построения интеграционной модели бизнеса и особенности банковского продвижения услуг страховых компаний;

- рассмотреть зарубежный опыт сотрудничества банков и страховых организаций;
- выявить экономические предпосылки банковского участия в продаже страховых продуктов России;
- проанализировать процессы банковского участия в продаже страховых продуктов в России на современном этапе;
- определить проблемы развития банкострахования в России в контексте участия банков в продаже страховых продуктов;
- сформулировать рекомендации, основные тенденции и прогнозы экспертов относительно развития процессов участия банков в продаже страховых продуктов на принципах банкострахования в России.

Данная научная работа отличается следующими элементами научной новизны:

- уточнено понятие «банкострахование» сквозь призму участия банков в продаже страховых продуктов, что расширяет существующие теоретические положения в исследуемой области;
- предложены этапы построения банковского канала продаж страховых продуктов, что может быть использовано в учебном процессе при преподавании дисциплин экономико-правового профиля.

В ходе написания работы использовались следующие методы исследования: описательный, сравнительный, аналитический и другие.

В исследовании использованы труды отечественных ученых, а именно: учебники и учебные пособия Е. М. Григорьевой и Ю. А. Тарасовой, О. Ю. Донецкой и Е. А. Помогаевой, Ю.А. Ровенского и Т.В. Белянчиковой и пр., а также нормативно-правовые источники и электронные ресурсы (статистическая информация сайта Банка России, данные рейтингового агентства «Эксперт РА», аналитические статьи российских экономистов).

Кроме того, основные результаты проведенного исследования нашли отражение в 2 статьях, опубликованных в научном журнале «Молодой ученый».

Структура работы включает введение, три главы, заключение, список использованной литературы, приложения.

Во введении раскрыта актуальность заявленной темы, указаны цель и задачи научной работы, обозначены объект и предмет исследования, элементы научной новизны.

В первой главе дана характеристика сущности и форм взаимодействия банков и страховщиков, обозначены основные этапы построения интеграционной модели бизнеса, а также приведен краткий обзор зарубежной практики.

Во второй главе отмечены основные тенденции развития банковского и страхового рынков России в современных условиях, проведен анализ процессов банковского участия в продаже страховых продуктов в России современных условиях.

В третьей главе охарактеризованы основные проблемы банков и страховщиков на пути реализации концепции банкострахования в России, отмечены перспективы развития указанных процессов.

В заключении сделаны выводы, подведены итоги работы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УЧАСТИЯ БАНКОВ В ПРОДАЖЕ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ

1.1. Сущность, мотивы и формы взаимодействия банков и страховых организаций

Усиление процессов глобализации мировой экономики является определяющим фактором, который оказывает существенное влияние на развитие финансовых институтов. Как следствие, происходит возрастание роли финансовых посредников, в частности, банков и страховых компаний, а также расширение и углубление интеграционных процессов между ними, универсализация их деятельности на рынке финансовых услуг.

Поскольку данное исследование посвящено определению роли банков в продаже продуктов страховых компаний, необходимо рассмотреть предпосылки возникновения сотрудничества указанных финансовых институтов. К их числу можно отнести следующие факторы:

- ускорение интернационализации и рост международной конкуренции на рынке финансовых услуг, включая конкуренцию со стороны небанковских организаций;
- сокращение прибыльности банковского бизнеса и усиление ценовой конкуренции на рынке финансовых услуг;
- рост расходов на поиск, создание и развитие новых каналов распространения услуг;
- ужесточение требований органов надзора к размеру и структуре активов финансовых институтов;
- поиск альтернативных моделей долгосрочного накопления капитала, обусловленный сокращением государственных возможностей для обеспечения своих граждан в старости в ряде стран. [19]

Еще одним фактором, побуждающим финансовые институты к партнерству – это изменение потребительского спроса на финансовые услуги в рамках нового формата приобретения финансовых услуг посредством «одного окна», через интегрирование каналов продаж банковских и страховых продуктов. [25]

Одним из первых проявлений сотрудничества между страховыми организациями и банками в России было размещение временно свободных денежных средств страховщиков в банках. Заметный интерес банков к страховым компаниям был обусловлен потребностью в дополнительных финансовых ресурсах.

В период начала становления банковской системы в РФ (1991-1993 гг.) и развития страхового рынка распространенным стало страхование риска непогашения кредита и страхование ответственности заемщиков за непогашение кредита.

К 1997 году появилась новая форма взаимодействия между банками и страховыми компаниями, а именно страхование собственных рисков банка. Обусловлено это было в первую очередь тем, что банковский бизнес в России является одним из наиболее рискованных видов деятельности, что заставило банки рассматривать страхование как один из важнейших методов снижения рисков. С развитием страхового рынка страховщики стали искать альтернативные каналы продажи страховых продуктов, одним из которых стал банковский, ввиду значительного числа обслуживаемых в банках клиентов. В период до 2008 года партнерство страховых организаций с банками было в большей степени номинальным. [41], [8]

С 2008 по 2013 год банки осуществляли поиск страховых компаний, которые могли бы стать надежными партнерами. С 2014 года российские банки предпочли покупке имеющихся уже на рынке страховых компаний создание собственных аффилированных компаний, в то же время началось формирование банковских групп.

На современном этапе развития, ознаменовавшемся повышением ключевой ставки и кризисом в российской экономике, возникает необходимость получения банками дополнительных комиссионных доходов, что сохраняет интерес банков к продаже страховых продуктов. [60]

Участие банков в продаже страховых продуктов тесно связано с понятием «банкострахование». Модель банковского страхования существует ещё с 1920-х гг. и в некоторых странах успешно развивалась в течение десятилетий рядом универсальных банков. Однако считается, что указанный термин первоначально появился в Европе в 1980-х годах. Представляется целесообразным рассмотреть, как различные авторы интерпретируют содержание данной экономической категории.

Так, российские экономисты Е. М. Григорьева и Ю. А. Тарасова в своей монографии «Финансовые предпринимательские структуры: трансформация под влиянием рыночной конъюнктуры» используют понятие «банкострахование» в широком смысле и определяют его как «процесс совместной деятельности страховой организации и банка». [19]

Экономисты О. Ю. Донецкова и Е. А. Помогаева в своем научном труде рассматривают указанный термин с нескольких позиций. По мнению данных авторов, банкострахование с институциональной точки зрения представляет собой «способ организации сотрудничества между банками и страховыми компаниями». С функциональной точки зрения авторы трактуют данный термин как «организацию системы перекрестных продаж банковских и страховых продуктов через одну точку продаж, в основном через сеть банковских филиалов и отделений банка». [21]

Коллектив авторов в лице Ю.А. Ровенского и Т.В. Белянчиковой под банкострахованием понимают «объединение банков и страховых компаний с целью координации продаж их продуктов и их интеграции, налаживания общих каналов реализации, использования единой клиентской базы с целью расширения их деятельности и роста прибыли». [35]

Председатель Совета Директоров ЗАО «Д2 Страхование» Юрий Вавилов называет банкострахование «новым сегментом финансового рынка, объединившим банковский и страховой бизнес через потребителей». [44]

Специализированный интернет-проект, посвященный банковскому страхованию (bancassurance), содержит следующее толкование исследуемого понятия «Bancassurance или банковское страхование — это организация системы кросс-продаж страховых полисов через разветвлённую сеть банковских филиалов и отделений». [59]

Наиболее распространенной в российской экономической литературе трактовкой понятия «банкострахование» является «взаимодействие банков и страховых компаний, результатом которого становится продвижение страховых продуктов клиентам банков наряду с предоставлением им банковских услуг, а также страхование рисков самих банков». [51]

В Глоссарии Глобальной ассоциации профессионалов в сфере инвестиций CFA Institute указано, что банкострахование (Bancassurance) означает «продажу страховых продуктов банками». [63]

Зарубежный «Глоссарий отдельных терминов» дает более подробное описание данного понятия, определяя его как «продажу, маркетинг и продвижение страховых продуктов банками». Термин описывает отношения между страховыми компаниями и банками, в результате которых филиальная сеть банков, контакты, маркетинг или клиентская база используются для распространения продуктов страхования имущества от несчастных случаев и личного страхования, которые предлагаются страховыми компаниями. [64]

Сопоставляя вышеуказанные подходы к содержанию исследуемого процесса, можно заметить, что в российской и зарубежной практике банкострахования наблюдается разнообразие суждений экономистов по этому поводу. Однако представляется целесообразным согласиться с мнением Ю.А. Ровенского и Т.В. Белянчиковой, поскольку предложенная ими трактовка наиболее полно характеризует понятие «банкострахование».

В результате критического анализа, основанного на глубокой проработке научной литературы, можно уточнить существующее определение экономической категории «банкострахование» следующим образом: под банкострахованием понимается сотрудничество банков и страховых компаний в форме участия банков в продаже страховых продуктов посредством использования своей клиентской базы и иных ресурсов банка с целью диверсификации деятельности, повышения эффективности и роста прибыли. При этом банк и сам может являться покупателем страховых продуктов, когда использует страхование как метод снижения собственных рисков.

Далее следует отметить, какими преимуществами обладает использование концепции банкострахования для всех участников указанного процесса.

Сотрудничество банков и страховых компаний, являясь взаимовыгодным для обеих сторон, позволяет достичь следующих целей:

- расширить клиентскую базу участников интеграции посредством взаимного доступа к новым каналам сбыта, и, следовательно, снизить затраты и стоимость услуг;
- получить полный контроль над всеми финансовыми потоками клиентов, что позволяет проводить точный маркетинговый анализ их будущих потребностей;
- повысить доходность деятельности сторон-участников интеграции;
- снизить риски банка/убыточность страховой деятельности;
- повысить эффективность размещения страховых резервов для страховщиков;
- сократить информационные издержки и себестоимость транзакций участников интеграции, что позволяет снизить тарифы и вести более гибкую ценовую политику;
- повысить конкурентоспособность;
- расширить филиальную сеть. [58], [39], [25]

Банкострахование является привлекательным инструментом для банка, поскольку позволяет модифицировать банковские продукты в сторону большей гибкости относительно уровня принимаемого банком риска. Расширяется спектр услуг, появляется возможность внедрять новые совместные со страховой компанией продукты, а также создавать дополнительные факторы, определяющие спрос на банковские продукты и услуги страхования. К тому же банку дешевле обходится комплексное страхование сотрудников и собственного имущества. Страховщики предлагают банкам помимо непосредственно страховых операций повышение качества управления банковскими рисками. Кроме того, банковские активы могут выступать дополнительным обеспечением по страховым операциям. [60]

Важнейшим мотивом продажи страховых продуктов через банки являются наличие широких филиальных сетей и офисов. Кроме того, имеет место высокий уровень доверия клиентов к банкам. Большую роль в развитии банкострахования играет и рост рынка розничного кредитования и наличие в кредитных договорах банков обязанности заёмщиков страховать предметы залога (страхование залога). [59], [12]

Стоит отметить, что для страховой организации банкострахование становится средством выхода на новую рыночную нишу, инструментом, позволяющим создавать новые виды страхования, ориентированные на страхование рисков экономического характера. [54]

Совместная деятельность банков и страховых компаний позволяет клиенту экономить личное время, получая максимально полный комплекс услуг. Кроме того, при пакетном обслуживании стоимость услуг снижается, в результате чего продуктивность обслуживания в целом значительно возрастает, а участники интеграции достигают цели обеспечения взаимной стабильности и надежности. Немаловажное значение имеет тот факт, что в современных условиях клиенты обеспокоены проблемой защиты от текущих опасностей и предупреждения будущих в силу экономико-политических, правовых и социально-демографических соображений. [54], [25],[52]

Некоторые выгоды от развития банкострахования получают и органы регулирования и контроля, поскольку данный инструмент может стать способом снижения системных рисков, так как банки, диверсифицируя свою деятельность, делают ее более стабильной и надежной. [45]

Основными направлениями взаимодействия коммерческих банков и страховых организаций являются:

- услуги банков страховым компаниям по размещению страховых резервов на основе трастового (доверительного) управления;
 - страхование собственных рисков банка, например имущественного комплекса банка, операционных рисков, банкоматной сети, перевозок и хранения наличности и т.п.;
 - услуги страховщиков при страховании залогового имущества и иных интересов заемщиков банка в рамках кредитных программ (ипотечное страхование, страхование КАСКО, страхование имущества юридических лиц);
 - услуги банков по продажам на комиссионной или иной основе финансовых инструментов страховщиков среди целевых групп своих клиентов.
- [26]

Обобщение существующих форм взаимодействия банков и страховых компаний позволило выделить несколько модификаций подобных экономических отношений. Рассмотрим подробно каждую из форм.

- Заключение договора о расчетно-кассовом и депозитарном обслуживании, страховании банковских рисков

Указанная форма сотрудничества является начальной и ограничивается предоставлением услуг на договорных основах. Строго говоря, данная форма по сути не является банкострахованием в силу отсутствия конвергенции каналов продаж и общих продуктов. [58]

- Сотрудничество в рамках распространения продуктов

Данный вид взаимодействия банков и страховщиков является формой агентских отношений, предполагающей распространение страховых услуг по соглашению с банком через его агентскую сеть. Указанный тип интеграции

является одним из способов реализации стратегии банкострахования без связи с собственностью.

- Партнерский альянс

Указанная разновидность интеграции представляет собой форму кооперации, при которой на договорной основе создается система наибольшего содействия в определенной области сотрудничества. Это более высокая степень сотрудничества, которая требует координации общего бизнеса на долгосрочной постоянной основе. [42]

- Смешанные модели, где участвуют несколько партнеров, работающих по разным схемам

- Совместное предприятие

В данном случае банк и страховая компания создают совместное предприятие. Банк обычно предоставляет бренд, клиентскую базу и филиальную сеть, а страховая компания – продукты, администрацию и обслуживание клиентов.

- Приобретение активов в другом секторе/Слияние и поглощение

Данный тип интеграции представляет собой форму контроля и осуществляется путем приобретения пакета акций, достаточного для участия в управлении страховой компанией или банком. В результате банк или страховщик может эффективно использовать каналы продаж, расширить и диверсифицировать продуктовый ряд и клиентскую базу. Другой вариант использования указанной формы возможен, когда банк приобретает уже существующую страховую компанию, либо страховая компания приобретает действующий банк. [19]

- Вновь образованная компания

Банк создает собственную дочернюю страховую компанию или страховая компания создает собственный банк. Преимуществом данной формы является то, что для материнской организации легче контролировать деятельность вновь созданной дочерней компании, нежели приобретенной.

- Организация «финансовых супермаркетов»

В модели «финансового супермаркета» участники интеграции предоставляют клиенту возможность приобретения всего комплекса финансовых услуг и продуктов в одном месте в сочетании с высоким уровнем обслуживания и предоставлением квалифицированной консультации. Для реализации концепции финансового супермаркета необходимо согласование деятельности банка и страховой компании в области политики управления, материально-технического сопровождения, интернет-технологий, маркетинговой поддержки, корпоративной культуры. Создание финансового супермаркета становится возможным только для крупных компаний, поскольку необходимо инвестирование значительных средств, что обеспечивает клиенту уверенность в надежности компании. [59]

В российском законодательстве не содержится отдельных нормативных актов, непосредственно регулирующих совместную деятельность банков и страховых компаний. Однако правовые акты, регламентирующие определенные направления, в которых могут столкнуться интересы банков и страховых компаний, имеют место быть.

Так, федеральный закон от 2 декабря 1990 года N 395-1 «О банках и банковской деятельности» (ст. 5) запрещает кредитной организации напрямую заниматься страховой деятельностью. Однако кредитная организация может предлагать своим клиентам продукты страховых компаний. Согласно российскому законодательству, страховыми агентами могут выступать постоянно проживающие на территории Российской Федерации и осуществляющие свою деятельность на основании гражданско-правового договора физические лица или российские юридические лица (коммерческие организации), которые представляют страховщика в отношениях со страхователем и действуют от имени страховщика и по его поручению в соответствии с предоставленными полномочиями. Поскольку банки являются юридическими лицами, а именно коммерческими организациями, то в соответствии с федеральным законом «Об организации страхового дела в РФ» они могут выступать в качестве страхового агента, действуя на основании

договора поручения. В случаях, когда договор поручения связан с осуществлением обеими сторонами или одной из них предпринимательской деятельности, доверитель обязан уплатить поверенному вознаграждение, если договором не предусмотрено иное (ст. 972 Гражданского кодекса РФ). Это вознаграждение со стороны страховой организации будет являться для банка комиссионным доходом. [17]

При выборе форм интеграции, банки и страховые компании должны принимать во внимание соблюдение требований регуляторов, налогового и антимонопольного законодательства. [58]

Таким образом, участие банков в продаже страховых продуктов связано с концепцией банкострахования (bancassurance). Подходы к пониманию понятия «банкострахование» в научной литературе значительно отличаются. Банковские и страховые услуги являются взаимодополняющими при решении задач клиента и часто требуют создания комплексных решений, удовлетворяя потребительский спрос и увеличивая продажи финансовых услуг в целом. Применение концепции банкострахования имеет и ряд других преимуществ, среди которых уменьшение расходов на поиск новых каналов распространения страховых продуктов, повышение качества деятельности и имиджа организации, рост конкурентоспособности и пр. Основными формами сотрудничества банков и страховых компаний являются сотрудничество в рамках распространения продуктов, партнерский альянс, организация «финансовых супермаркетов» и др.

1.2. Этапы построения интеграционной модели бизнеса и особенности банковского продвижения услуг страховых компаний

В рамках исследуемой темы целесообразно рассмотреть основные детали построения взаимовыгодного сотрудничества между банками и страховыми организациями.

Сотрудничество между страховой компанией и банком в форме клиентских отношений представляет собой простейшую форму взаимодействия указанных институтов и ограничивается предоставлением страховщиком услуг клиентам банка, а также самому банку. В свою очередь, страховые компании не могут обойтись без услуг банков, обеспечивающих получение страховых платежей от клиентов или осуществление клиентам страховых выплат.

Наиболее сложные формы партнерства банков и страховщиков связаны с созданием интегрированных структур. Принимая решение об интеграции, сторонам-участникам необходимо принимать в расчет как ближайшую перспективу, так и прогнозировать дальнейшую экономическую ситуацию на рынке (экономический кризис, стагнация и т.п.). Эффективность выбранной модели сотрудничества банка и страховой компании будет зависеть от четкого определения целей, правильной постановки задач, соблюдения последовательности и качества выполняемых процедур на каждом из этапов интеграционного процесса. [58]

Инициатором интеграционного процесса может являться банк, страховая компания, либо третья сторона, например управляющая компания холдинга.

Первым этапом на пути построения банковского канала продаж страховых продуктов является выбор партнера и проведение переговоров.

При выборе партнера по бизнесу для снижения рисков совместной деятельности следует учитывать ряд критериев:

- надежность компании, ее имидж и репутация;
- известность компании (бренда) на российском рынке;
- сопоставимость позиций потенциальных участников сотрудничества на своих рынках;
- размер инвестиций, необходимых для приобретения компании или организации совместного бизнеса, их эффективность и срок окупаемости;
- соотношение целей компаний;
- наличие опыта в организации интеграционного бизнеса;
- территориальное расположение компании;

- количество и качество страховых продуктов, предлагаемых страховщиком.

Еще одним направлением для исследования потенциального партнера может являться анализ финансовой отчетности страховой компании с целью определения ее реального финансового положения и уровня платежеспособности. [28]

Следующий шаг на пути реализации технологии банковских продаж - разработка стратегии продаж и формы сотрудничества.

Основными стратегиями продаж страховых и банковских услуг могут быть следующие:

- односторонняя;
- двусторонняя;
- с посредником.

При использовании односторонней стратегии продаж каналы продаж одного партнера получают доступ к клиентской базе другой стороны без ответного предоставления собственной клиентской базы. Это одна из наиболее часто встречающихся форм организации банковского страхования. Многие страховые продукты могут продаваться банком без обращения в страховую компанию, особенно «коробочные» продукты, суть которых будет рассмотрена ниже. Банковские же продукты предполагают прямое взаимодействие клиента с банком.

Двусторонняя стратегия реализации страховых и банковских услуг подразумевает взаимный процесс продажи услуг друг друга и на практике встречается значительно реже, чем односторонние. Это объясняется неодинаковой востребованностью банковских и страховых услуг для различных клиентских групп в различных экономических и налоговых условиях.

Организация продаж страховых услуг с посредником представляет собой следующую разновидность и предполагает наличие посреднической структуры между банком и страховой компанией. В зависимости от степени интеграции

банка и страховой компании в качестве такого продавца выступают страховая брокерская компания, аффилированная с банком, либо в случае высокоинтегрированных форм взаимодействия – структурное подразделение банкостраховой организации.

После выбора стратегии продаж, банк и страховая компания определяют формы взаимодействия – агентское соглашение, кооперация или финансовый супермаркет, которые детально были рассмотрены в предыдущем пункте данного исследования.

В российской практике банк и страховая компания чаще всего придерживаются стратегии односторонних продаж в рамках агентских отношений, когда банк осуществляет продажу страховых продуктов. Однако продолжает распространяться и применение стратегии «финансового супермаркета». [57]

Заключительным этапом в построении партнерства между банком и страховой компании является правовое закрепление достигнутых соглашений между указанными финансовыми институтами. На основании выбранной стратегии и формы взаимодействия, банк и страховая компания разрабатывают нормативную базу для осуществления сотрудничества, которая может варьироваться от агентского соглашения до соглашения о стратегическом сотрудничестве с различными приложениями к нему. В зависимости от степени интеграции банка и страховой компании могут быть разработаны согласованные стандарты в области финансов, персонала, администрирования, ИТ-обеспечения. Важно, чтобы нормативная база взаимодействия банка и страховой компании соответствовала стратегии, форме и содержанию выбранного взаимодействия.

После выполнения всех обозначенных процедур необходимо организовать практическую работу по продвижению банками продуктов страховых компаний. Для этого необходимо провести анализ и сегментацию существующей клиентской базы, определить страховые продукты и услуги,

которые вероятнее всего будут востребованы соответствующими категориями клиентов.

Стоит отметить, что важными критериями выбора клиентами финансового продукта или услуги являются:

- соотношение цена/качество;
- затраты времени на приобретение продукта;
- возможность получения комплекса услуг в одном офисе;
- предоставление уникальных продуктов, не имеющих аналогов на рынке;
- уровень сервиса, возможность получения квалифицированной консультации;
- надежность компаний. [58]

Следующим шагом должно стать информирование клиентов банка о существующих в банке предложениях страховой компании, возможно проведение рекламных компаний. Кроме того, важно провести следующую работу по организации банковского канала продаж:

- определиться с брендом совместного бизнеса, стиля оформления офисов продаж;
- выбрать подходящую форму продаж;
- распределить обязанности между компаниями – партнерами;
- ознакомить сотрудников новым продуктам, обучить процессу совместных продаж и взаимодействию между компаниями;
- обеспечить мотивацию сотрудников банка, осуществляющих продажи;
- создать соответствующее материально-техническое обеспечение продаж. [19]

Итак, поскольку целевые группы потребителей банковских и страховых услуг тесно пересекаются, то банковские институты могут выступать в качестве представителей услуг страховых организаций-партнеров. На основе подписанного рамочного соглашения банк на условиях получения комиссионного вознаграждения реализует страховые продукты контрагента, т. е. выступает как страховой брокер. Для банка такой подход обеспечивает

получение дополнительного дохода без вложений в систему продаж, так как реализация страховых продуктов производится через существующую инфраструктуру банка.

В сотрудничестве банка и страховой организации правила взаимоотношений чаще всего устанавливаются банками, поскольку для банков и их клиентов страховые услуги являются сопутствующими. В связи с этим банк может устанавливать особые требования к страховым организациям, с которыми предполагает сотрудничать, и требования к условиям предоставления страховой услуги заемщикам и залогодателям банка. Этот процесс получил название «аккредитация страховых организаций» - процесс отбора и дальнейшего построения взаимодействия с надежными контрагентами. [57]

Для того чтобы претендовать на аккредитацию в банке, страховщик должен подать письменное заявление в банк, приложив необходимые документы (предполагаемую форму страховых полисов, расценки на страховые услуги и др.). Если кредитная организация сочтет предлагаемые компанией условия страхования приемлемыми, то по запросу банка страховая организация должна предоставить дополнительные документы (учредительные документы, лицензии, финансовую отчетность). Кроме того, банк может выдвигать иные требования к условиям предоставления аккредитованным страховщиком своих услуг.

После анализа и проверки полученных от страховщиков документов, а так же выяснения соответствия страховщиков заявленным требованиям, банк принимает решение об аккредитации данной страховой компании. В течение действия аккредитации банк осуществляет текущий мониторинг и контроль соответствия аккредитованных страховых организаций требованиям к страховым организациям. [2]

Важно учесть тот факт, что банковское сотрудничество со страховой компанией должно охватывать реализацию тех страховых продуктов, которые не пересекаются с банковскими продуктами промоутера. Например, если банк нацелен расширить привлечение на краткосрочные текущие вклады, а

страховщик предлагает к реализации полисы накопительного страхования на долгосрочный период, то конфликт интересов отсутствует. Кроме того, обслуживание клиента становится комплексным, он получает возможность выбора, что улучшает имидж банка. [26]

Уместно упомянуть, что в последнее время при сотрудничестве банка со страховой компанией широкое распространение получила продажа банком так называемых страховых «коробочных» продуктов. «Коробочный» продукт – это программа страхования с заранее определенным набором условий, рисков и страховых сумм. Другое название данного продукта – экспресс-страхование, что связано с минимальными временными затратами оформления.

Эти продукты распространяют свою финансовую защиту на разные сферы жизни – защита дома, банковской карты, страхование от несчастного случая, сберегательное страхование и др. Преимуществами данного вида продуктов для клиентов стали:

- оперативность заключения договоров страхования (оформление «здесь и сейчас»);
- уникальность продуктов (в основном включены наиболее распространенные риски);
- минимальный набор документов для оформления страховки, а также для получения выплаты;
- ощутимая разница в цене по сравнению с классическим страхованием;
- оформление сделки без участия страхового агента;
- наличие круглосуточной клиентской службы и т.д. [37]

Таким образом, построение модели банковско-страхового сотрудничества является сложным и длительным процессом и требует от сторон - партнеров серьезных финансовых вложений и вовлечения трудовых ресурсов. Зачастую становится необходимой организация принципиально новой системы управления и обеспечения it-технологиями. Для успешной интеграции немаловажное значение имеет правильный выбор потенциального партнера и модели интеграции.

1.3. Зарубежный опыт сотрудничества банков и страховых организаций

В рамках данного исследования представляется целесообразным рассмотреть мировую практику партнерства банков и страховщиков. Следует отметить, что развитие интеграционных процессов между указанными финансовыми институтами происходило поэтапно.

Так, начальным этапом становления сотрудничества между банками и страховыми компаниями можно считать период 1967-1985 гг. в странах Западной Европы. Английский банк «Barclays» в сентябре 1965 года создал филиал «Barclays Life», специализирующийся на страховании жизни. Затем в начале 70-х годов во Франции кооперативный банк «Credit Mutuel» открыл филиал по страхованию ответственности за погашение кредитов, предоставляемых своим клиентам, «Assurance du Credit Mutuel» («АСМ»). Во Франции в тот период уже сформировался зрелый и конкурентоспособный банковский сектор, что позволило начать активное использование концепции банкострахования. Рост строительной индустрии обусловил рост спроса населения к жилищному кредитованию, что побудило банки объединить ипотечное кредитование со страхованием определенных рисков в этой сфере. Банковский канал продаж позволил значительно снизить затраты страховщиков на дистрибуцию. Интенсивное развитие накопительного страхования жизни также ускорило процесс интеграции банков и страховщиков. [1]

Позднее ведущие банки Испании, Италии, Португалии и Бельгии также начали реализацию страховых продуктов подобным образом. Именно в это время появился и получил распространение термин «банкострахование». В последующем содержание данного понятия дополнилось интеграцией бизнес-процессов банка и страховых компаний-партнеров, созданием объединенной информационной системы, использованием эффективных методик обучения и пр. В 1980 году во Франции «Banque Nationale de Paris Paribas» создал страховую организацию «Natio Vie». Группа Paribas и в настоящее время

успешно функционирует, что является подтверждением эффективности данной формы банковско-страховой интеграции.

Следующий этап, начавшийся в 1985 году, ознаменовался формированием первых стратегических альянсов страховых компаний с банками: британская страховая компания «Standart Life» инвестировала средства в «Bank of Scotland», во Франции компания «Gan» приобрела «Credit Industriel et Commercial». Данный этап характеризуется ускорением развития банкострахования в Западной Европе в период 1986-1995 гг.: быстрыми темпами росли доходы банков от продажи продуктов по страхованию жизни. [42]

Рост темпов банкострахования в Испании обеспечил высокий уровень организации сети региональных строительных компаний. Кроме того, в 1991 году в этой стране был отменен закон, запрещавший банкам продавать полисы страхования жизни.

В Италии активность использования банкострахования возросла после принятия закона Амато (30 июля 1990 г.), который позволил развивать банкострахование в следующих юридических формах: принятие банком участия в капитале страховых компаний, создание совместных филиалов банком и страховой компанией, сбыт банками страховых продуктов одной или нескольких страховых компаний. Указанный факт, а также благоприятное налогообложение в период 1995–1998 гг. способствовали распространению продуктов по страхованию жизни. Хорошо организованная банковская сеть в сочетании с Итальянским общественным трастом при банках стало значимым фактором развития банкострахования.

В Бельгии банкострахование получило значительное развитие более всего на рынке страхования жизни, притом значительная часть полисов продавалась брокерами. Причиной такого ускоренного развития стали инвестиции иностранных компаний. Кроме того, важную роль сыграл процесс слияния банков и страховщиков и их реструктуризация.

Стоит заметить, что в Европе банкострахование выразилось в основном в продаже страховых продуктов по страхованию жизни через банковские каналы.

Банкострахование в Нидерландах появилось как попытка конкурировать по цене со сложившимися каналами дистрибуции страховых услуг и расширить предложение услуг клиентам банков. В настоящее время в Нидерландах существует один из наиболее концентрированных и конкурентных финансовых рынков, на котором представлены все каналы распространения страховых услуг. [14]

В Великобритании, Германии, США и Канаде инструмент банкострахования не получил столь широкого распространения и поддержки, что было связано с законодательством, препятствующим получению банками контроля над всем финансовым рынком, наличием высокоразвитого рынка посредников (брокеров), завоевавшего доверие у потребителей. [Сарсенова]

Стоит также отметить, что в Германии доля банкостраховых групп на рынке увеличивалась в течение 1990-х гг., однако многочисленные партнерства и взаимные обмены пакетами акций между банками и страховыми компаниями создавали препятствия появлению на рынке новых участников. Кроме того, в Германии большая доля на рынке принадлежит страховым агентам.

Высокий темп роста процессов банкострахования продлился на протяжении 1996-2007 гг. Финансовые объединения становились наивысшей степенью банковско-страховой интеграции, вызывая интерес международных органов к вопросу надзора за деятельностью консолидированных финансовых структур. Во Франции в 2003 году было разрешено создавать смешанные компании так называемых банкостраховщиков (*encassureurs*), предлагающих своим клиентам банковские и страховые продукты. [45]

Современный этап развития банкострахования в мире характеризуется повышением уровня концентрации банковского и страхового капиталов. За последние 20 лет, сближение между банковской и страховой деятельности в Европе развивается от простых коммерческих соглашений до полностью интегрированных моделей. Конкурентная жизнеспособность банковского

страхования сильно зависит от колебаний рынка и текущих тенденций в отрасли финансовых услуг.

В настоящее время центрами банкострахования являются развитые страны Западной Европы (Франция, Германия, Великобритания, Испания, Италия), некоторые страны Азиатского региона (Япония, Сингапур, Гонконг, Таиланд, Малайзия). Мировыми интегрированными компаниями стали Fortis, Citigroup/Travellers и CreditSuisse. В Германии наиболее активны Allianz/DresdnerBank и ERGO/HVB. Примечательны и модель AMBGenerali/Commerzbank, модель DeutscheBank с DeutschenHerold. Продолжается распространение применения концепции банкострахования в Южной Америке, Восточной Азии, странах Центральной и Восточной Европы и пр. [62]

Итак, банкострахование в странах Западной Европы и США представляет собой вхождение коммерческих банков в сферу страхования и проявляется в приобретении банками страховых компаний или (если допускает законодательство) организации системы продажи страховых продуктов через широкую сеть банковских филиалов и отделений. [14]

В деятельности зарубежных банков и страховых компаний все большее признание находит концепция «финансового супермаркета».

Взаимодействие страховых и банковских институтов в Европе включает три важнейших элемента. Во-первых, рисковый менеджмент и самострахование рисков неотъемлемых от банковских операций. Во-вторых, страхование банковских рисков посредством страховой компании. В-третьих, продажа клиентам банка страховых продуктов.

Согласно официальным данным, совокупный объем получаемых через банки страховых премий в Европе приближается к 18-20% от валовых сборов страховых премий на рынке. Стоит заметить, что во Франции до 60% страховых полисов реализуется через банки. Взаимодействие банковских и страховых институтов демонстрирует большую эффективность за счет низких издержек и высокого темпа роста продаж.

Интеграционные процессы в финансовой сфере за рубежом осуществляются чаще всего посредством трех деловых стратегий: интеграционной модели (модель слияния), партнерской модели (кооперация с переплетением капиталов) и объединении каналов продаж (или, иными словами, кооперация по сбыту).

Интеграционная модель подразумевает, что банк и страховая компания действуют в рамках одного концерна. Различают две модификации этой модели – с сохранением разных марок (Allianz, Citigroup, CreditSuisse) или продажа продуктов под одной маркой (Fortis).

В партнерской модели независимость каждого из партнеров сохраняется, но также может существовать переплетение капиталов (MunchenerRuck-Gruppe с ERGO/HVB, AMB-Generali/Commerzbank, Sparkassen - Sektor, а также V+R - Sektor). При продаже страховых услуг каждый из партнеров реализует свою стратегию. Например, AMB-Generali и Commerzbank создали компанию с 50% долей участия для реализации финансовых продуктов, связанных с финансированием жилищного строительства и страховыми услугами. [25]

В модели объединения каналов продаж участники интеграции предоставляют друг другу возможность использования сбытовых сетей партнера. По такой модели действует Citibank/CIV и Allianz/Raiffeisenkassen.

Выбор стратегии банковского страхования напрямую зависит от специфики рынка предоставления данных услуг, продуктов и потребительских групп. Результат будет напрямую зависеть от выбранной модели. К размеру собственного капитала банков в Европе предъявляются все более жесткие требования, поэтому в расчете на увеличение доходов они предпочитают ограничиваться сделками, не влияющими на баланс. В данном случае банки выбирают партнерство со страховыми компаниями, обеспечивающее дополнительные источники доходов без дальнейшей нагрузки на собственный капитал. При необходимости обеспечить особые потребности клиентов создаются отдельные страховые продукты.

Сотрудничество банков и страховщиков в зарубежной практике считается выгодным, поскольку позволяет снизить издержки на продажи страховых полисов и сделать страховой продукт более доступным для населения. Кроме того, повышается качество продажи услуги. Страховые компании предоставляют возможность расширения распространения кредитных продуктов через использование страхования, при этом снижая банковские риски. [25]

Кроме того, в настоящее время в Европе используются следующие концепции организации банкострахования:

- Концепция аутсорсинга, или создания банковских филиалов, занимающихся страхованием

Данная модель наиболее распространена во Франции и характеризуется тем, что филиал имеет собственную марку, персонал, систему послепродажного обслуживания, а также общие с банком информационную систему, бухгалтерию, планирование и контроль, аудит и коммуникации;

- Посредническая концепция

Указанная модель развивается в Великобритании и Германии и основана на партнерстве и заключении соглашения о сбыте между банками и страховыми компаниями. [56]

В странах Европы и иных развитых странах мира отмечается также использование и следующих моделей организации банкострахования: модель, ориентированная на массового потребителя рассматриваемых услуг, и модель, ориентированная на индивидуальные программы.

Первая модель имеет широкое распространение в Испании и Франции. Она подразумевает продажу универсальных и простых банкостраховых продуктов. Планы продаж страховых продуктов отражаются в базах данных, на основе которых впоследствии составляются планы продажи продуктов банка.

Вторая модель используется банками, которые являются владельцами страховых компаний. Она ориентирована на продажи страховых продуктов, которые максимально приспособлены к каждому сегменту клиентов и

учитывают их индивидуальные потребности. Данная модель также предусматривает значительную интеграцию страховых продуктов в банковскую систему.

Следует упомянуть, что в мировой практике широкое распространение получил страховой полис по комплексному страхованию банков Bankers Blanket Bond (BBB), разработанный Американской ассоциацией гарантов для банков США. Данный страховой продукт предназначен для покрытия специфических банковских рисков, связанных с имуществом банка, наличными деньгами при транспортировке, убытками, понесенными банком при операциях по поддельным документам или принятии валюты, впоследствии признанной фальшивой и т.д. Пакет по комплексному страхованию может включать также дополнительные виды покрытий. [1]

Ежегодно в США оформляется более двух тысяч полисов страхования банковского капитала, что обуславливается не только естественным риском, но и различными непредвиденными ситуациями, такими как государственное вмешательство, мошенничество и нестабильная политическая обстановка. [8]

Таким образом, банкострахование впервые появилось в Европе в 1970-1980-х гг. и в настоящее время продолжает свое развитие. Интеграционные процессы в финансовой сфере в мировой практике осуществляются с помощью интеграционной модели, партнерской модели и модели объединения каналов продаж. Данные стратегии позволяют финансовым институтам более эффективно конкурировать в условиях глобальной экономики и интегрированных рынков капитала за счет использования индивидуальных преимуществ каждого из институтов для достижения общих целей и повышения прибыльности ведения бизнеса.

Как было отмечено ранее, участие банков в продаже страховых продуктов представляет собой процесс, именуемый в современной банковской практике как банкострахование (bancassurance). При этом наблюдается разнообразие мнений среди экономистов относительно понимания понятия «банкострахование». Применение концепции банкострахования обладает

целым рядом преимуществ для банков и страховщиков, среди которых следует отметить расширение клиентской базы партнеров посредством получения доступа к новым каналам сбыта, снижение затрат и стоимости услуг, повышение доходности деятельности участников интеграции, повышение конкурентоспособности и т.д. Основными типами сотрудничества банков и страховых компаний являются сотрудничество в рамках распространения продуктов, партнерский альянс, организация «финансовых супермаркетов» и др.

Организация банковско-страхового сотрудничества является сложным и длительным процессом и требует от сторон - партнеров серьезных финансовых вложений и вовлечения трудовых ресурсов. Немаловажное значение для построения успешной бизнес-модели сотрудничества имеет выбор потенциального партнера и модели интеграции, а также ряд других факторов.

Развитие банкострахования в мире является активным процессом и характеризуется повышением уровня концентрации банковского и страхового капиталов. Сотрудничество банков и страховщиков развивается от простых коммерческих соглашений до полностью интегрированных моделей.

ГЛАВА 2. БАНКИ КАК УЧАСТНИКИ ПРОДАЖИ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

2.1. Экономические предпосылки банковского участия в продаже страховых продуктов России

Исследование процессов банковского участия в продаже страховых продуктов в России целесообразно начать с анализа основных тенденций банковского и страхового рынков, что позволит определить экономические предпосылки исследуемых процессов. В частности, интерес представляет динамика количества действующих кредитных и страховых организаций, прибыли банковского и страхового сектора, динамика страховых премий и выплат по договорам страхования, а также изменение уровня концентрации на банковском и страховом рынке.

Итак, проанализируем динамику количества действующих кредитных организаций (рисунок 2.1).

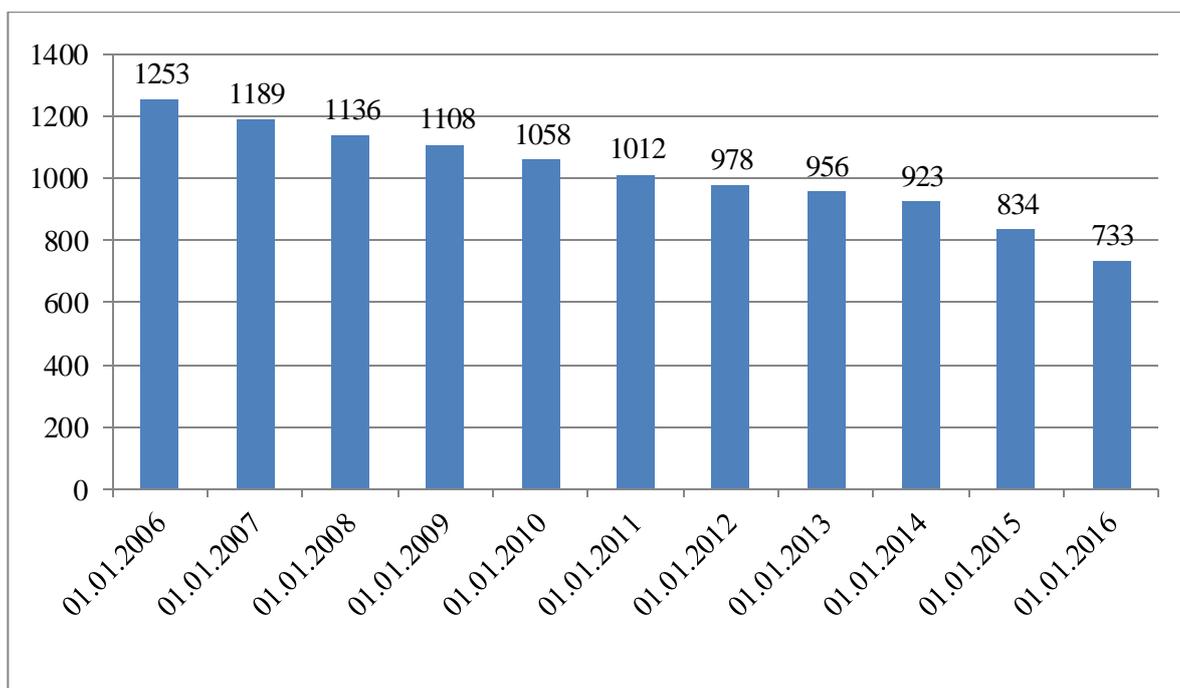


Рисунок 2.1 - Динамика количества действующих кредитных организаций в Российской Федерации в 2006-2016 гг., ед.

Источник: [составлено автором]

Как демонстрирует гистограмма, в российском банковском секторе наблюдается устойчивая тенденция к сокращению количества кредитных организаций и, в частности, банков. По состоянию на 1 января 2016 года в Российской Федерации действуют 733 кредитные организации.

Уменьшение числа кредитных организаций может быть обусловлено такими факторами, как:

- естественный уход кредитных организаций с рынка, связанный с высокой конкуренцией и снижением рентабельности в отрасли;
- усиление роли государства в банковском секторе;
- влияние мирового кризиса и кризиса российской экономики;
- ужесточение надзорных требований и контроля за банковской деятельностью и др.

Далее рассмотрим динамику численности страховых организаций (без учета количества страховых брокеров и обществ взаимного страхования; рисунок 2.2).

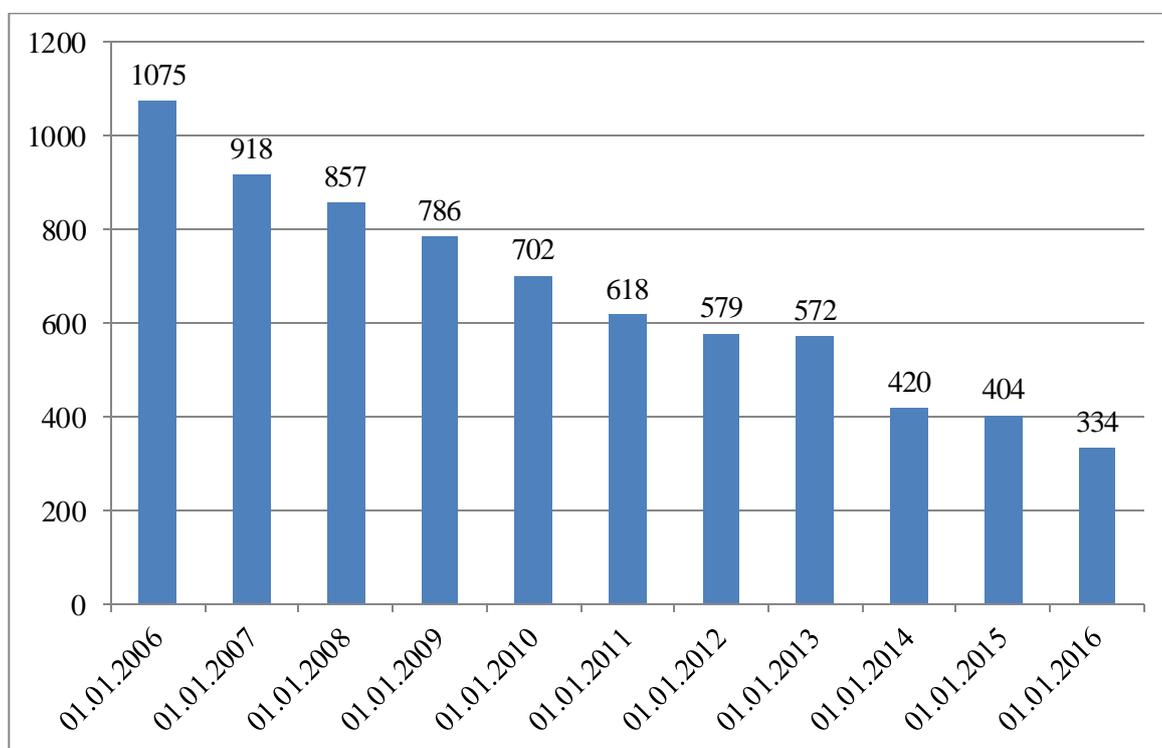


Рисунок 2.2 - Динамика количества действующих страховых организаций в Российской Федерации в 2006-2016гг., ед.

Источник: [составлено автором]

Согласно представленным данным, количество страховых организаций в России на протяжении рассматриваемого периода неизменно снижается. По состоянию на 1 января 2016 года в Российской Федерации действуют 334 страховые организации. Основной причиной сокращения числа страховщиков в последние годы является отзыв лицензий вследствие низкого качества активов и невыполнения требований к их структуре. [48]

Факторами влияния на российский страховой рынок в последние годы также стали:

- снижение покупательной способности населения;
- снижение объемов кредитования;
- рост внедрения новых технологий;
- усиление волатильности обменного курса рубля;
- введение экономических санкций в отношении России;
- законодательное реформирование российского страхового рынка. [33]

Для дальнейшего анализа экономических предпосылок банкострахования, рассмотрим динамику прибыли, полученной банковским сектором в 2011-2015гг. (см. рисунок 2.3).

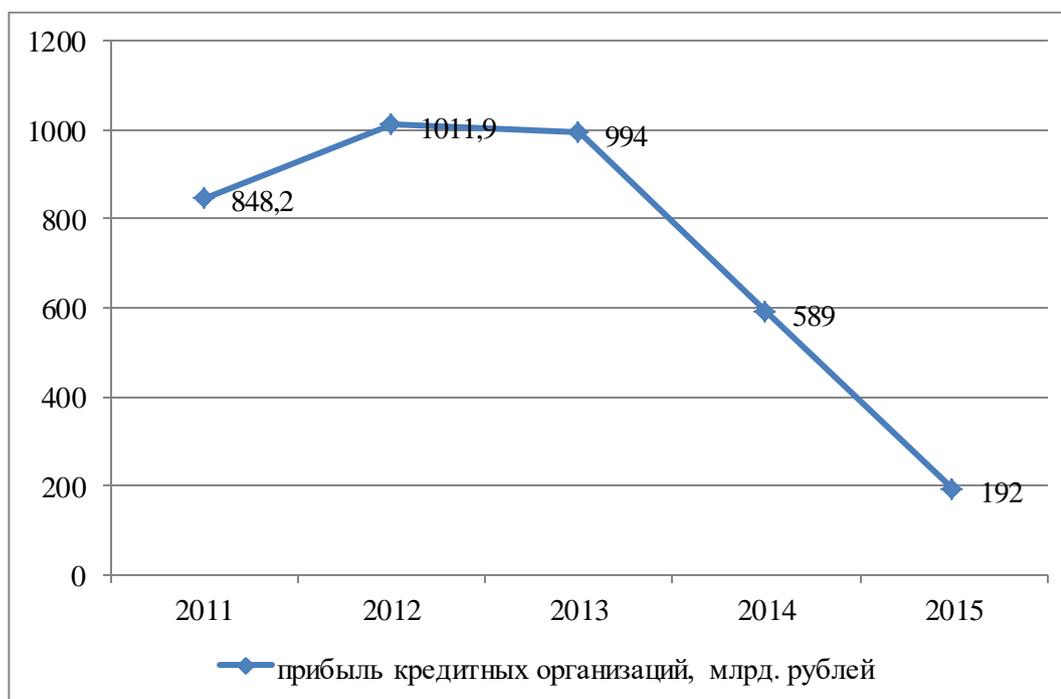


Рисунок 2.3 - Динамика прибыли кредитных организаций, млрд. рублей

Источник: [составлено автором]

Как демонстрирует график, в 2012 году прибыль действующих кредитных организаций достигла рекордной величины за всю историю развития банковского бизнеса в России, составив 1011,9 млрд. рублей. Рост прибыли был обусловлен в первую очередь наращиванием объемов кредитования, прежде всего высокодоходного необеспеченного, при стабильном качестве кредитного портфеля. Однако с 2013 года наметилась устойчивая тенденция снижения прибыли банковского сектора. За 2015 год банковский рынок получил 192 млрд. рублей чистой прибыли. Как сообщает Банк России, основными причинами снижения прибыли кредитных организаций стали сокращение чистого процентного дохода, чистые расходы по операциям с производными финансовыми инструментами, а также увеличение объемов формируемых банками резервов на возможные потери в связи с существенным ростом кредитного и процентного рисков. Важно заметить, что значительное влияние на финансовые результаты банковской отрасли оказал Сбербанк, получивший прибыль в 236 млрд. рублей, а также докапитализация частных банков на 156 млрд. рублей, отраженная как прочие доходы. Без учета этих составляющих отрасль генерировала отрицательные результаты. [40]

Далее следует акцентировать внимание на темпах прироста прибыли кредитных организаций в 2011-2015гг. (см. рисунок 2.4).



Рисунок 2.4 - Динамика темпов прироста прибыли кредитных организаций, млрд. рублей

Источник: [составлено автором]

Согласно представленным данным, за анализируемый период прибыль банковского сектора можно охарактеризовать как стремительно падающую. Показав положительный прирост в 19,3% в 2012 году по сравнению с 2011 годом, прибыль с 2013 года характеризуется темпами падения и достигает в 2015 году снижения на 67,4%. В снижении прибыли банков можно видеть один из стимулов сотрудничества со страховыми организациями с целью повышения доходов, а именно получения комиссионного вознаграждения от продажи страховых продуктов.

Для того чтобы оценить динамику развития страхового рынка, следует рассмотреть как изменяется величина собранных страховщиками страховых премий и осуществленных ими страховых выплат в период 2011-2015гг. (см. рисунок 2.5).

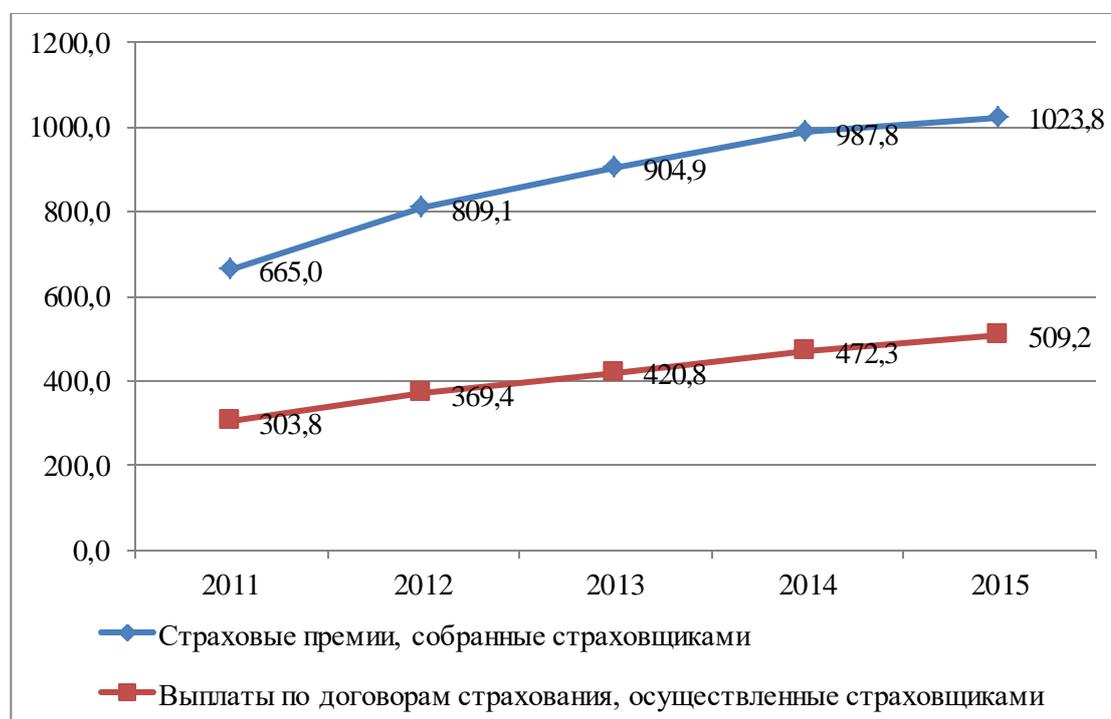


Рисунок 2.5 - Динамика страховых премий и выплат по договорам страхования, млрд. рублей

Источник: [составлено автором]

Согласно приведенным данным, с 2011 по 2015 год наблюдается

устойчивая тенденция к росту страховых премий и выплат по договорам страхования. В 2015 году страховщиками было собрано 1023,8 млрд. рублей, в то время как страховые выплаты были осуществлены на сумму 509,2 млрд. рублей.

Для целостного анализа динамики страховых премий необходимо также рассмотреть изменения темпов прироста премий, собранных страховщиками, за анализируемый период (рисунок 2.6).

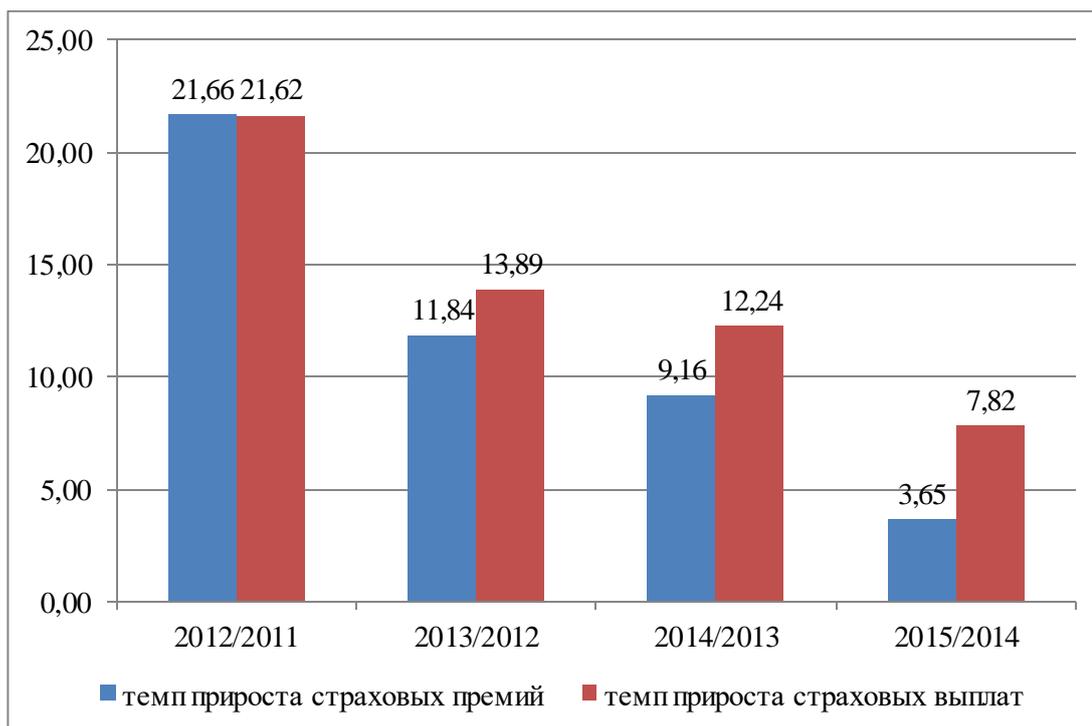


Рисунок 2.6 Динамика темпов прироста страховых премий и выплат по договорам страхования, %

Источник: [составлено автором]

Как видим, темпы прироста как страховых премий, так и выплат по договорам страхования за период 2011-2015гг. демонстрируют отрицательную динамику и по состоянию на 2015 год составляют 3,65% и 7,82% соответственно. Стоит учесть, что темп прироста премий в 2014 и 2015 годах оказывается ниже уровня инфляции (9,16% против 11,36% в 2014 году и 3,65% против 12,9% в 2015 году). Снижение годовых темпов прироста собранных страховых премий может быть связано с исчерпанием эффекта от первого повышения тарифов ОСАГО, произошедшего в октябре 2014 года. Важно также заметить, что темпы прироста страховых выплат превышают темпы

прироста страховых премий.

Несмотря на сохраняющиеся номинальные темпы роста рынка, в последний год наблюдается сокращение уровня проникновения страховых услуг. Количество договоров, заключенных с физическими лицами, за год сократилось на 10%, заключенных с юридическими лицами, – на 13,5%. Указанный факт подчеркивает актуальность сотрудничества страховых компаний с банком с целью расширения каналов распространения страховых продуктов.

На сложившиеся тенденции на страховом рынке оказывает значительное влияние макроэкономическая ситуация. Российская экономика находится в стадии рецессии, сокращение объема ВВП составило 3,7%. В 2014 году соотношение страховых премий и ВВП составило 1,39%, в 2015 году это соотношение равно величине 1,27%.

Далее представляется целесообразным проанализировать динамику прибыли страхового рынка в 2011-2015 гг. (см. рисунок 2.7).

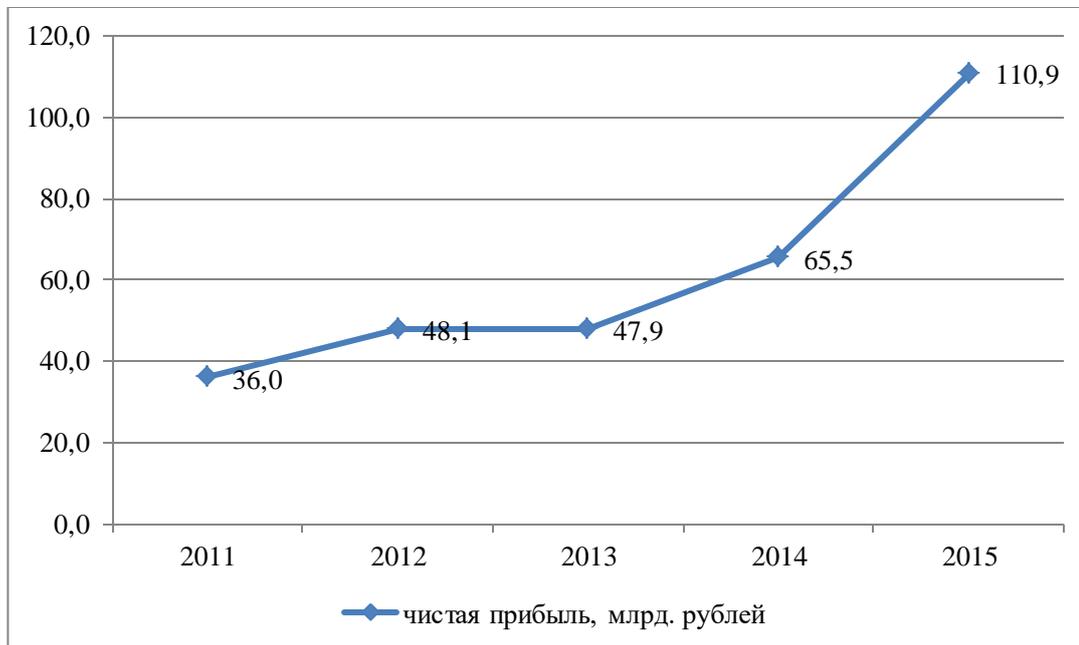


Рисунок 2.7 - Динамика прибыли страхового рынка, млрд. рублей
Источник: [составлено автором]

Как демонстрирует график, чистая прибыль на страховом рынке на протяжении рассматриваемого периода демонстрирует рост. Исключением стал лишь 2013 год, когда наблюдалось снижение исследуемого показателя. В 2015

году большинство страховщиков показали значительный рост чистой прибыли, совокупная чистая прибыль страховых организаций составила 110,9 млрд. рублей. Основной причиной значительного увеличения чистой прибыли на страховом рынке стали рост премий по ОСАГО и инвестиционного дохода в результате действовавших с декабря 2014 года повышенных ставок по депозитам, а также проведенная частью компаний переоценка активов.

В рамках данного исследования интерес представляет также темп прироста прибыли страховых организаций в 2011-2015гг. (рисунок 2.8).

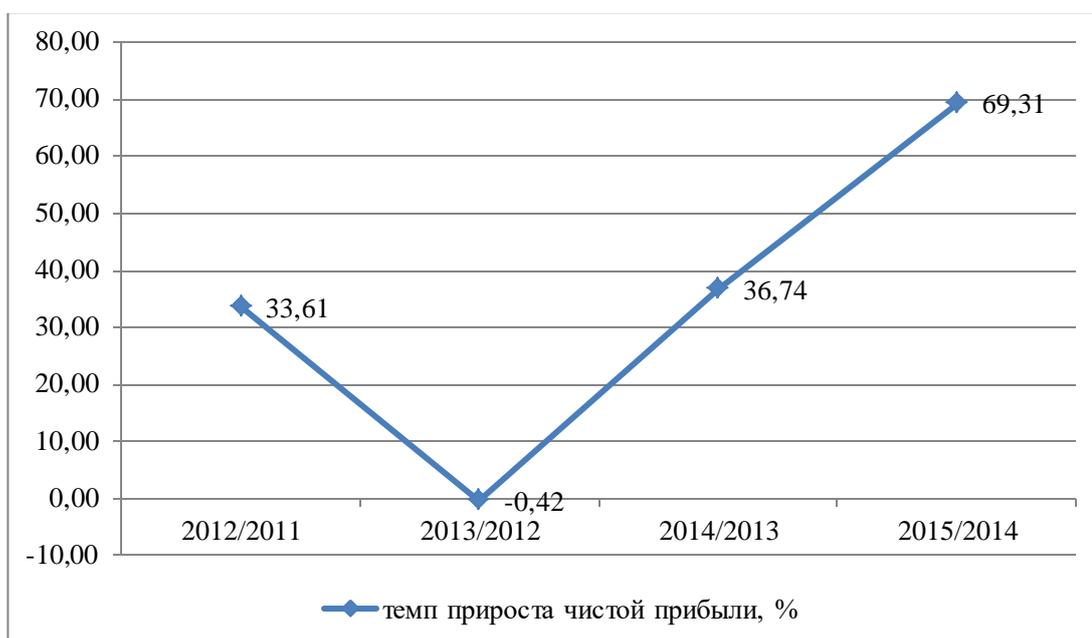


Рисунок 2.8 - Динамика темпов прироста прибыли страхового рынка, млрд. рублей

Источник: [составлено автором]

Как видно из графика, темпы прироста чистой прибыли страховых организаций являются положительными величинами, за исключением 2013 года, когда прибыль упала на 0,42%. Указанное снижение прибыли связано с тем, что 2013 год стал переломным годом для выбора между моделями экстенсивного и интенсивного роста: изменение практики урегулирования в целом по рынку привело к необходимости поиска резервов повышения рентабельности. Средоточием проблем в 2013 году стало также падение рентабельности автострахования: тарифы, убыточность, судебные иски, мошенничество. Прибыль страхового рынка в 2015 году по сравнению с 2014

годом показала значительный прирост в 69,31%.

Анализ концентрации на банковском и страховом рынках также представляет интерес при изучении экономических условий банковского участия в продаже страховых продуктов. Концентрация банковской/ страховой деятельности – показатель, который характеризует степень монополизированности рынка банковских/ страховых услуг и используется для анализа конкурентоспособности и эффективности развития банковского/ страхового сектора.

Для анализа концентрации на российском рынке банковских услуг в рамках данной научной работы будет использоваться Индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс концентрации (в данном случае предполагается расчет рыночной доли 5 крупнейших банков), а также будет произведена оценка удельного веса показателей Сбербанка России в совокупных активах, собственных средствах банковского сектора и на рынке вкладов населения (см. рисунок 2.9 и 2.10).

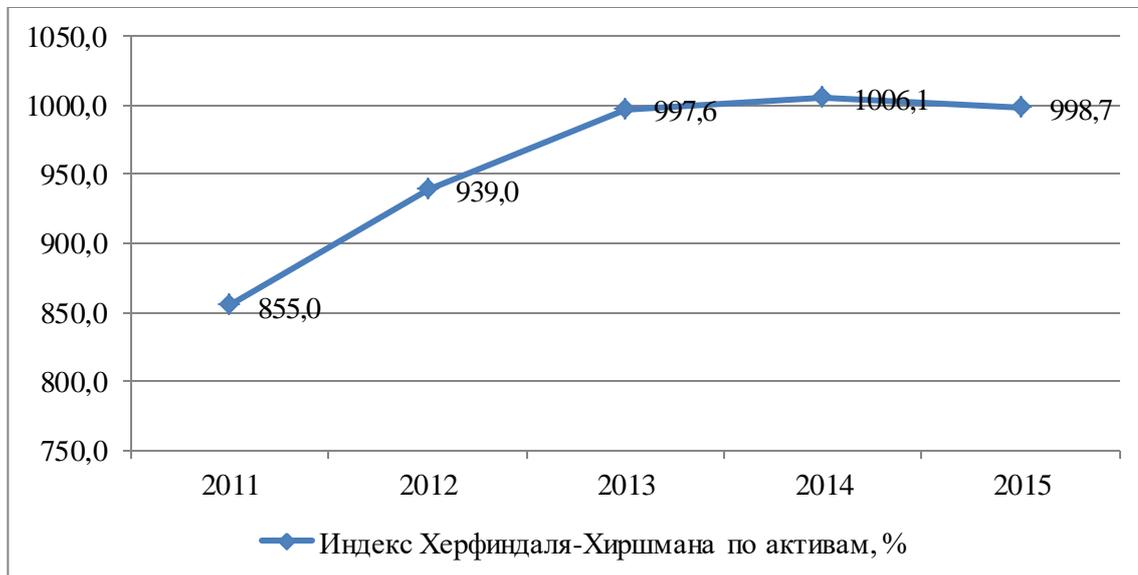


Рисунок 2.9 - Динамика индекса Херфиндаля-Хиршмана, рассчитанного по активам банковского сектора, %

Источник: [составлено автором]

Значение индекса Херфиндаля-Хиршмана, рассчитанного для активов банковского сектора, на протяжении 2012-2014гг. имело тенденцию к росту и в 2014 году превысило 1000. Значение индекса в диапазоне от 400 до 1000

свидетельствует о существовании монополистической конкуренции, когда на рынке находятся 10–20 наиболее крупных участников, в данном случае, банков. За 2015 год значение индекса Херфиндаля-Хиршмана снизилось до 998,7, что позволяет отметить снижение уровня монополизированности банковского сектора.

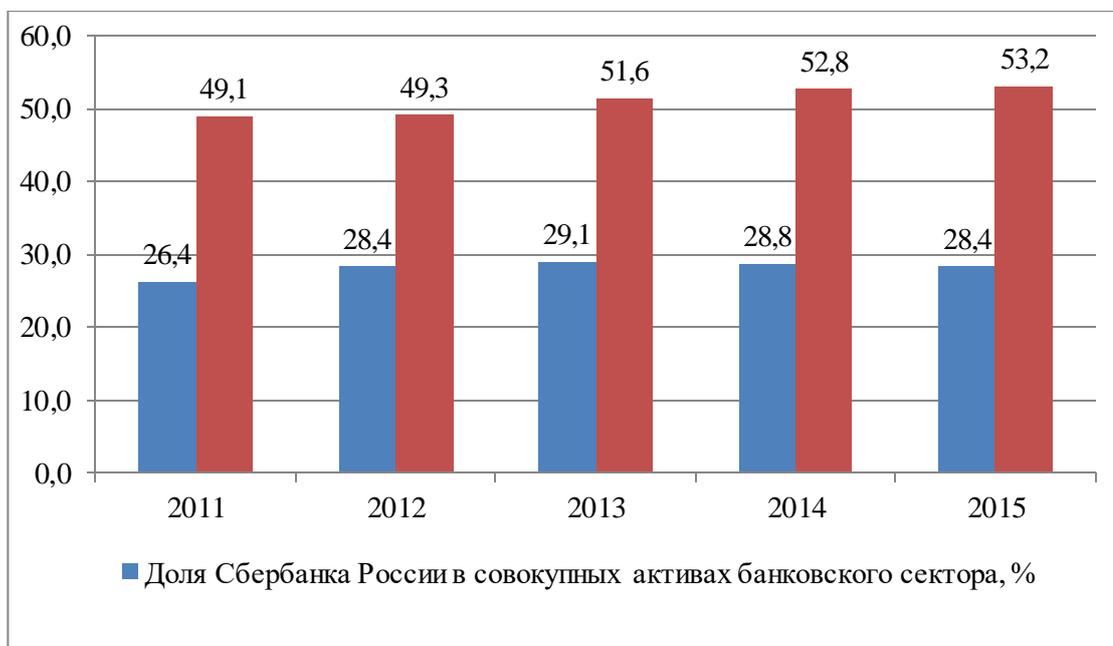


Рисунок 2.10 - Динамика показателей концентрации банковского сектора, рассчитанных по активам, %

Источник: [составлено автором]

Доля Сбербанка России в совокупных активах банковского сектора за анализируемый период демонстрировала рост и достигла максимального значения 29,1% в 2013 году. Однако в 2014-2015гг. наметилась обратная тенденция, в результате чего в 2015 году доля Сбербанка составила 28,4%.

Доля 5 банков, имеющих наибольшую величину активов, в совокупных активах банковского сектора, за 2011-2015гг. увеличилась от 49,1% до 53,2%. Значение индекса концентрации в пределах от 45% до 70% позволяет говорить о средней концентрации активов банковского сектора. В состав крупнейших по активам банков России традиционно входят «Сбербанк России», «ВТБ», «Газпромбанк», «Россельхозбанк», «ФК Открытие». За исключением банка «ФК Открытие» наиболее крупные банки являются банками с государственным участием в капитале. 20 октября 2015 года Центральный банк Российской

Федерации утвердил список системно значимых банков, в состав которых вошли вышеупомянутые банки. На указанные кредитные организации будут распространяться требования к соблюдению показателя краткосрочной ликвидности и дополнительные требования к достаточности капитала в соответствии с Базелем III.

Итак, в банковском секторе наблюдается умеренная концентрация активов: значение индекса концентрации активов находится в диапазоне от 45% до 70%; значение индекса Херфиндаля-Хиршмана не превышает 2000.

Для расчета показателей концентрации на страховом рынке используем расчет суммы рыночных долей 10, 20, 50 и 100 крупнейших страховых компаний (см. рисунок 2.11).

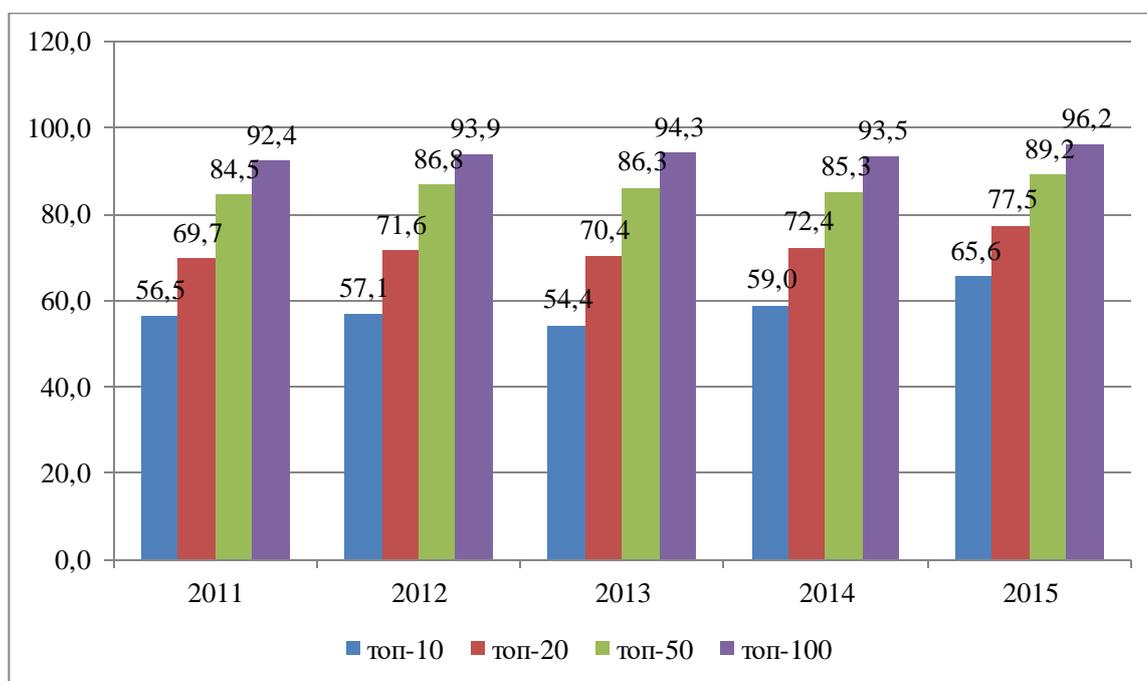


Рисунок 2.11 - Динамика концентрации страхового рынка, %

Источник: [составлено автором]

Если ранее множество страховщиков (их количество доходило до 1,5 тысяч) получали небольшие по объему страховые премии, то в последние годы наблюдается обратная тенденция, когда небольшая часть страховых организаций собирает основную часть премий. Так, в период 2011-2015 гг. десятка лидеров страхового рынка аккумулировала от 54,55 до 65,6% страховых премий.

Рост концентрации российского страхового рынка происходит под влиянием экономического кризиса, усиления регуляторного надзора, ухода с рынка ряда страховых компаний и перераспределения спроса страхователей в пользу крупных и надежных компаний. После снижения концентрации рынка в 2013 году наблюдается ее резкое усиление среди компаний топ-20 в 2014 году. В 2015 году доля рынка, занимаемая первыми 10 и 20 страховщиками достигла максимума за последние 5 лет – 65,6% и 77,5% соответственно. Это свидетельствует о том, что значимость ведущих страховых компаний, входящих в первую десятку, постоянно возрастает, увеличивая тем самым концентрацию рынка. В числе лидеров страхового рынка по собранным страховым взносам в 2015 году значатся ГК Росгосстрах и Капитал, страховая группа «СОГАЗ», группа «ИНГО», СПАО «РЕСО-гарантия», Страховая группа «Альфа-страхование» и другие. В ближайшей перспективе страховщики прогнозируют дальнейшую консолидацию: рост рынка будет происходить в основном за счет лидеров.

Проанализировав ситуацию на страховом рынке, можно прийти к выводу, что в настоящее время ее можно охарактеризовать как олигополию, когда рынок концентрируется вокруг нескольких игроков, определяющих его политику. [47]

Таким образом, участие банков в продаже страховых продуктов происходит в условиях сокращения числа действующих кредитных и страховых организаций, растущей концентрации на банковском и страховом рынках, а также снижения годовых темпов прироста прибыли банковского и страхового сектора и собранных страховых премий. Основными факторами, влияющими на исследуемые рынки России в настоящее время являются нестабильная макроэкономическая ситуация, кризисные явления в экономике, снижение платежеспособного спроса, кредитные и валютные риски, ужесточение надзорных требований и контроля за банковской и страховой деятельностью и другие.

2.2. Анализ процессов банковского участия в продаже страховых продуктов в России на современном этапе

В последние годы на рынке банковского страхования наблюдаются изменения. Банки, потеряв немалую часть прибыли от продажи страховых продуктов при кредитовании, значительно компенсировали потери за счет продажи альтернативных продуктов (например, по инвестиционному страхованию жизни). Согласно данным рейтингового агентства «Эксперт РА», объем рынка банкострахования за 2015 год составил 213 млрд. рублей.

Для проведения финансовой оценки участия банков в продаже страховых продуктов целесообразно в первую очередь проанализировать структуру премий страховых организаций в 2012-2016гг. (см. рисунок 2.12).

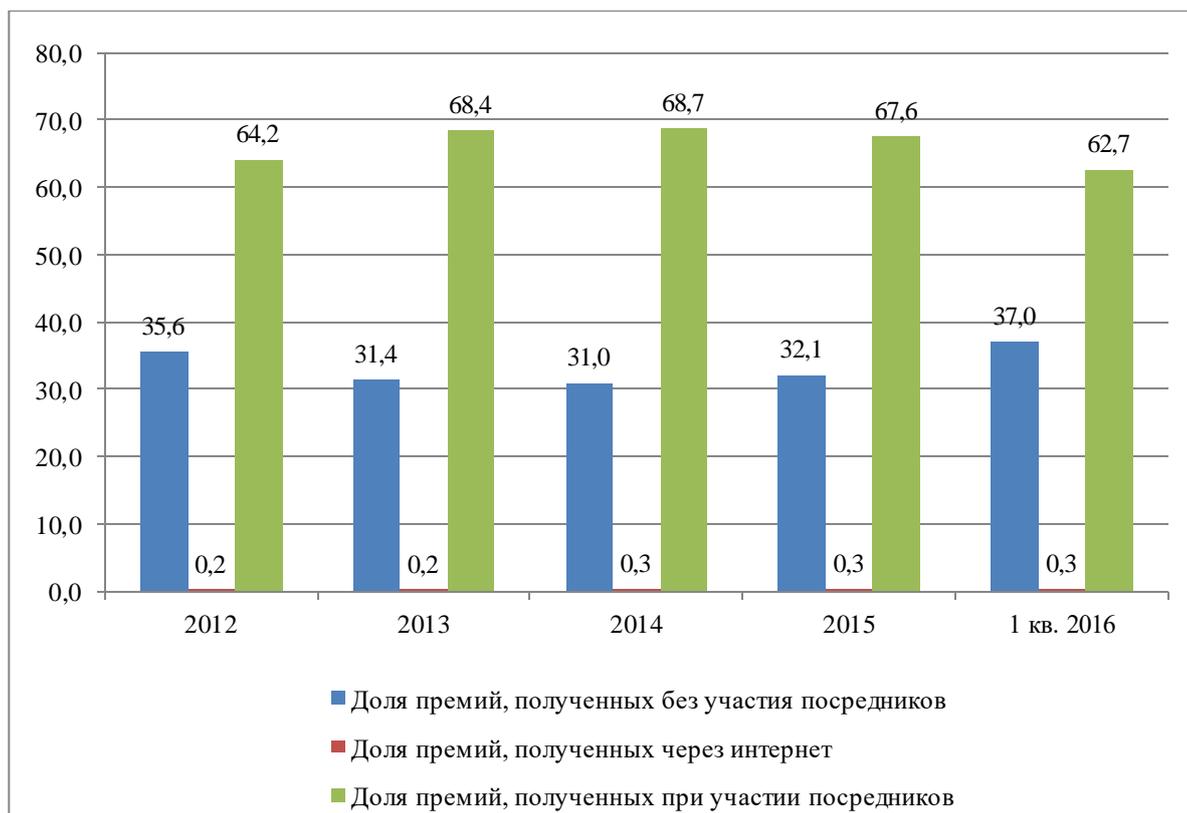


Рисунок 2.12 - Структура премий страховых организаций, %

Источник: [составлено автором]

Как демонстрирует гистограмма, на протяжении 2012 - 1 кв. 2016 года в структуре премий страховых организаций преобладает доля премий,

полученных при участии посредников. В первом квартале 2016 года продажи страховых продуктов при участии посредников составили 62,7% от общего числа сборов, что на 1,5 процентных пункта меньше, чем в 2012 году.

Следующим по величине собранных премий каналом продаж являются прямые продажи страховых продуктов. В первом квартале 2016 года доля прямых продаж в структуре премий страховых организаций составила 37%, что является приростом на 1,4 процентных пункта по сравнению с 2012 годом.

Доля онлайн-продаж страховых продуктов в рассматриваемом периоде находится на незначительном уровне.

Для дальнейшего анализа необходимо детально рассмотреть структуру каналов продаж страховых продуктов (рисунок 2.13).

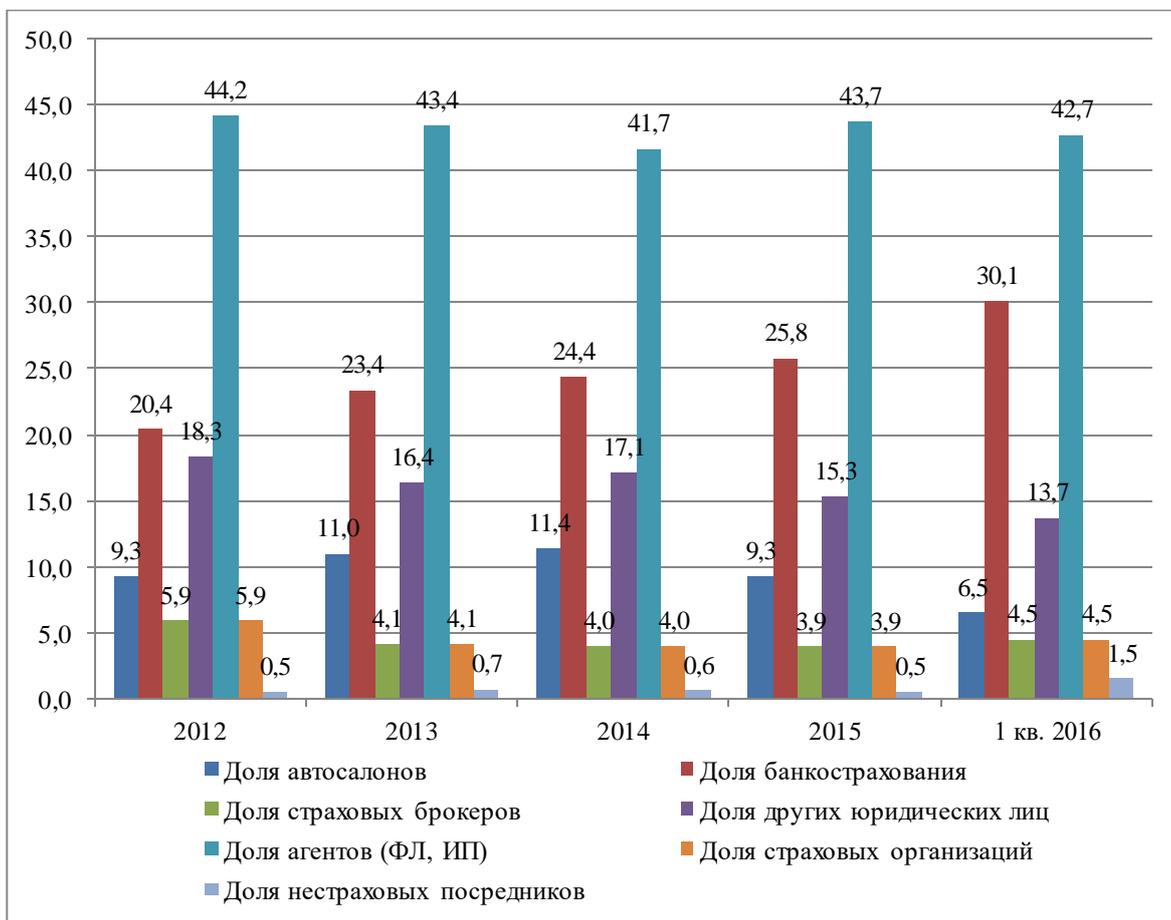


Рисунок 2.13 - Структура каналов продаж страховых продуктов, %

Источник: [составлено автором]

Основным каналом продаж страховых продуктов на протяжении рассматриваемого периода являются агенты (физические лица, индивидуальные

предприниматели). Доля полученных ими премий в первом квартале 2016 года составляет 42,7% от общего числа собранных посредниками премий. Вторым по значимости каналом продаж страховых продуктов является банковский (30,1%), доля которого за анализируемый период имеет тенденцию к росту. Объем продаж через автосалоны к первому кварталу 2016 года по сравнению с 2012 годом продемонстрировал снижение на 2,8 процентных пункта, однако обозначенный канал по-прежнему является значимым. Доля нестраховых посредников в структуре собранных премий остается незначительной, увеличившись до 1,5% к первому кварталу 2016 года.

Далее проанализируем динамику страховых премий, собранных с помощью продажи страховых продуктов через банковский канал (рисунок 2.14).

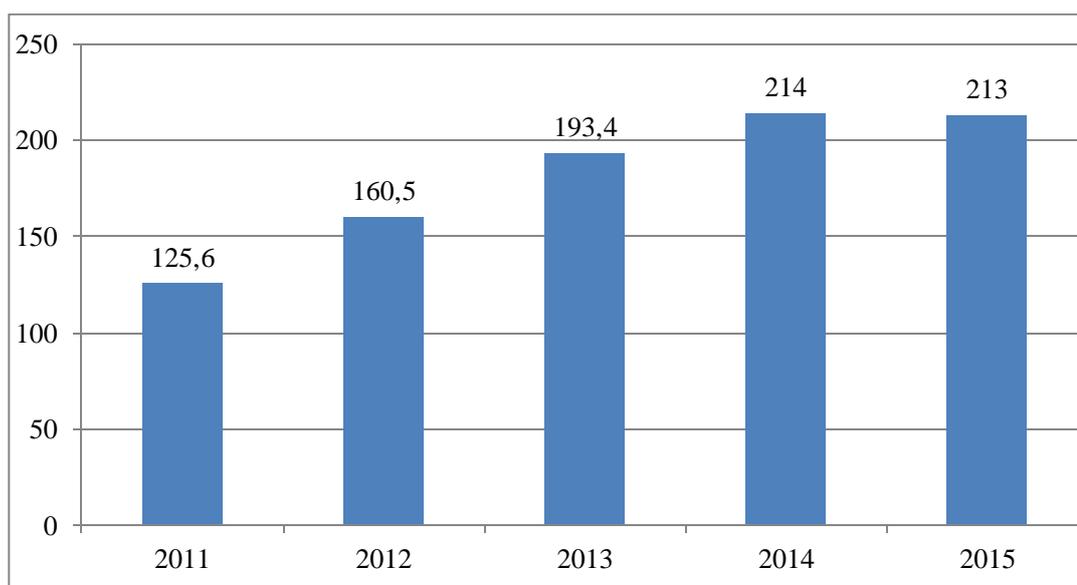


Рисунок 2.14 - Динамика рынка банкострахования, млрд. рублей

Источник: [составлено автором]

Рынок банкострахования демонстрирует рост на протяжении 2011-2014 гг. Рост рынка банкострахования открывает широкие возможности для страховщиков. В отличие от докризисного периода, воспользоваться им смогут только надежные, транспарентные и технологичные участники рынка. За 2015 год рынок банкострахования сократился на 0,5% и составил 213 млрд. рублей, что было во многом связано со снижением объемов кредитования.

В рамках данного исследования интерес представляет также доля страховых премий, полученных через банковский канал, в общем объеме собранных страховых премий (рисунок 2.15).



Рисунок 2.15 - Динамика доли банкострахования в общем объеме страхового рынка, %

Источник: [составлено автором]

Согласно приведенному графику, с 2011 по 2014 год наблюдается устойчивая тенденция к росту доли банкострахования в общем объеме страхового рынка – увеличение с 18,89% до 21,66%. Однако в 2015 году доля банкострахования снизилась до 20,8%, что связано с макроэкономической нестабильностью в стране, снижением темпов кредитования, последствиями от введенных против России экономических санкций.

Далее представляется целесообразным проанализировать структуру банковского канала продаж страховых продуктов или, иными словами, рынка банкострахования. Банковский канал - способ продажи страховых продуктов, при котором относительно простые страховые продукты продаются через "банковские окна" массовому потребителю. Продажи через данный канал альтернативны продажам через агентский канал. Банковский канал продаж формируется за счет розничного страхования клиентов банков, связанного с кредитованием; розничного страхования клиентов банков, не связанного с

кредитованием; страхования юридических лиц через банки и страхования рисков банков (рисунок 2.16).

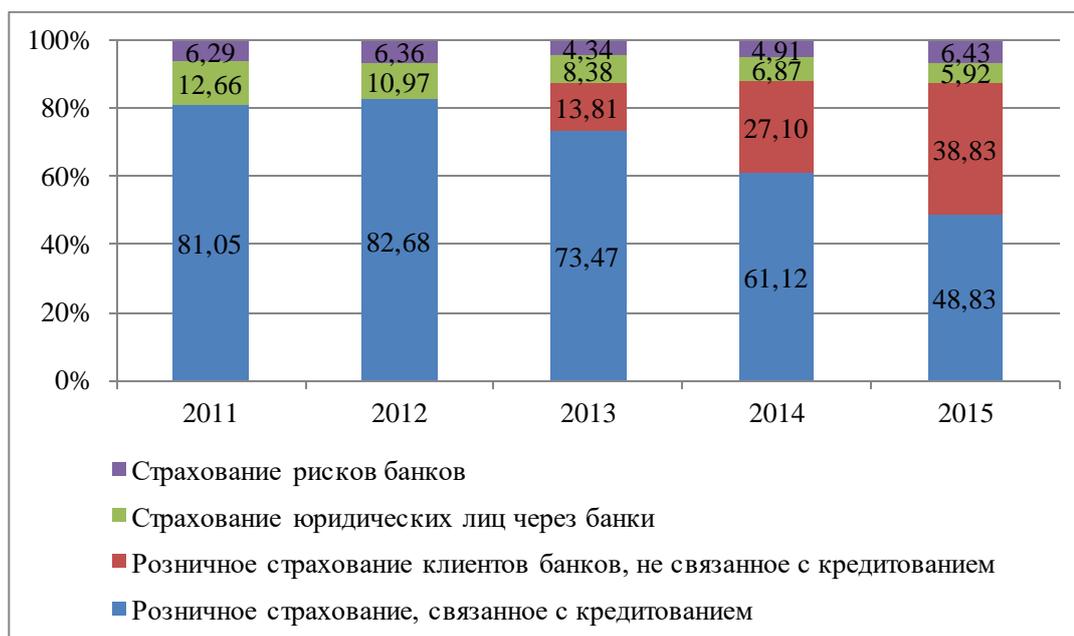


Рисунок 2.16 - Динамика структуры рынка банкострахования в 2011-2015 гг., %

Источник: [составлено автором]

Как показывает гистограмма, наибольший удельный вес в структуре рынка банкострахования на протяжении рассматриваемого периода занимает розничное страхование клиентов банков, связанное с кредитованием. Однако доля ключевого драйвера страхового рынка, генератора роста сборов и прибыли снижается от 81,05% (101,8 млрд. рублей) в 2011 году до 48,83% (104 млрд. рублей) в 2015 году. Указанное снижение произошло в результате экстремального повышения ключевой ставки Центрального банка в 2014 году, после которого банки в начале 2015 года приостановили выдачу новых кредитов своим клиентам. Розничное страхование клиентов банков, не связанное с кредитованием является следующим по значимости компонентом структуры банкострахования и демонстрирует положительную динамику (38,83% или 82,7 млрд. рублей в 2015 году). Доля страхования юридических лиц через банки на протяжении рассматриваемого периода имеет тенденцию к снижению и составляет в 2015 году 5,92% (12,6 млрд. рублей). Незначительный

удельный вес в структуре рынка банкострахования в 2011-2015гг. принадлежит страхованию рисков банков (4,3-6,4%).

Далее следует остановиться на подробном рассмотрении структуры рынка розничного страхования, связанного с кредитованием, в 2011-2015гг. (рисунок 2.17).

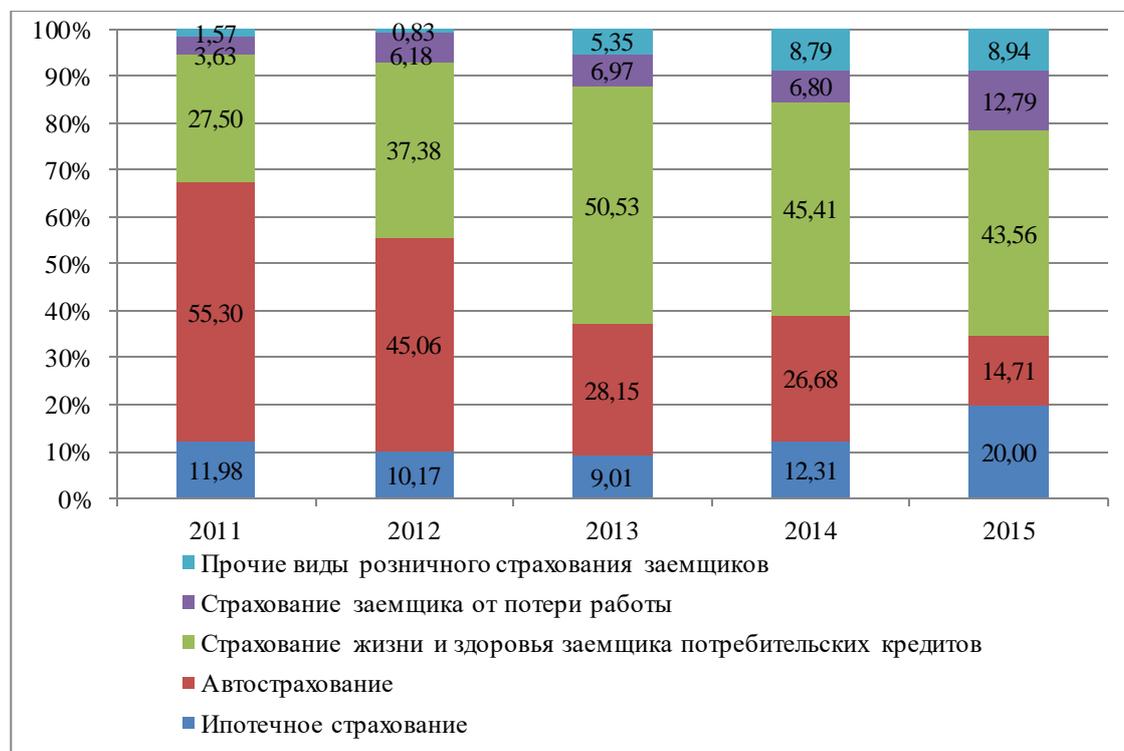


Рисунок 2.17 - Динамика структуры рынка розничного страхования, связанного с кредитованием, в 2011-2015гг., %

Источник: [составлено автором]

Согласно проведенным расчетам, в 2011-2015гг. наблюдаются следующие изменения в структуре рынка розничного страхования, связанного с кредитованием. Во-первых, доля автострахования сокращается с 55,3% до 14,71% (с 56,3 млрд. рублей до 15,3 млрд. рублей). Во-вторых, занимая наибольший удельный вес в структуре розничного страхования, связанного с кредитованием, с 2013 года указанный источник уступает позицию первенства страхованию жизни и здоровья заемщиков потребительских кредитов. В свою очередь доля страхования жизни и здоровья заемщиков потребительских кредитов в исследуемой структуре с 2013 года демонстрирует сокращение и к 2015 году составляет 43,56% (45,3 млрд. рублей). Еще одним значимым

составляющим в анализируемой структуре является страхование, связанное с ипотечным кредитованием (20% или 20,8 млрд. рублей в 2015 году). Наименьший удельный вес в структуре рынка розничного страхования, связанного с кредитованием, за указанный период принадлежит страхованию заемщиков от потери работы и прочие виды розничного страхования заемщиков.

Дальнейший интерес с точки зрения участия банков в продаже страховых продуктов представляет розничное страхование, не связанное с кредитованием. Поскольку в свободном доступе имеются количественные данные по указанному направлению только за 2013-2015гг., то представляется возможным провести анализ динамики структуры розничного страхования, не связанного с кредитованием именно за указанный период (рисунок 2.18).

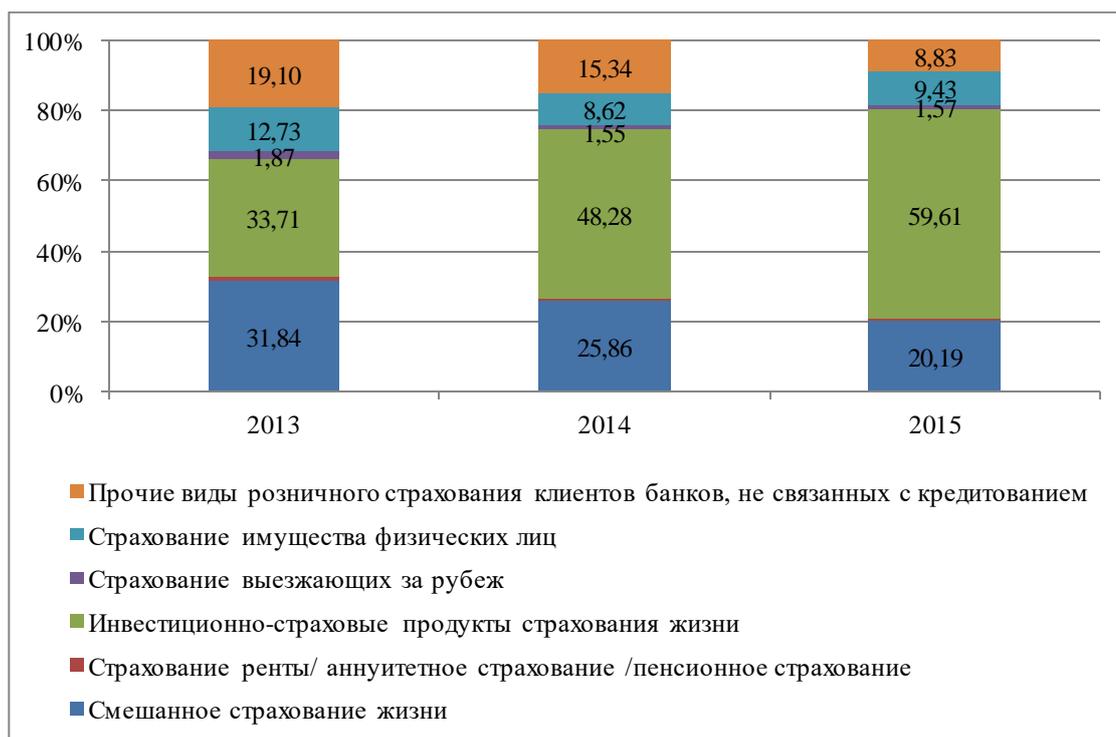


Рисунок 2.18 - Динамика структуры рынка розничного страхования клиентов банков, не связанного с кредитованием в 2013-2015гг., %
Источник: [составлено автором]

В некредитном банкостраховании за исследуемый период основными направлениями деятельности страховщиков стали инвестиционно-страховые продукты страхования жизни (59,61% или 49,3 млрд. рублей в 2015 году), смешанное страхование жизни (20,19% или 16,7 млрд. рублей в 2015 году), а

также страхование имущества физических лиц (9,43% или 7,8 млрд .рублей в 2015 году).

Следующим направлением анализа в рамках данной научной работы выбрано исследование структуры рынка страхования юридических лиц через банки (см. рисунок 2.19).

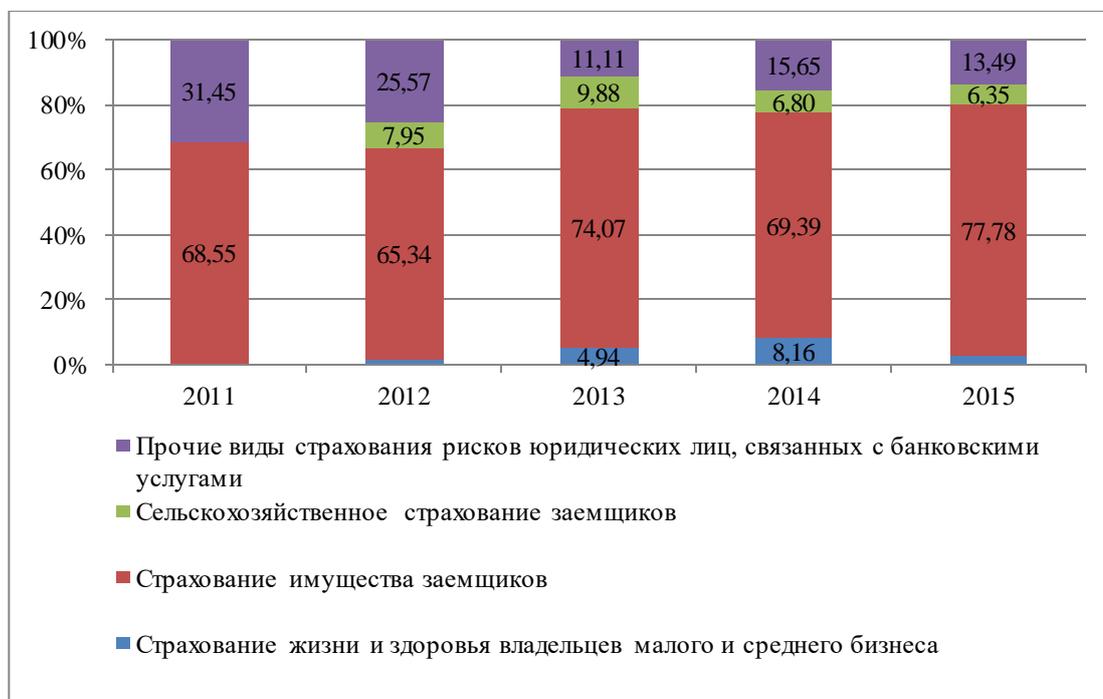


Рисунок 2.19 - Динамика структуры рынка страхования юридических лиц через банки в 2011-2015гг., %

Источник: [составлено автором]

Проведенные расчеты демонстрируют, что ключевое значение в структуре страхования юридических лиц через банки принадлежит страхованию имущества юридических лиц: к 2015 году указанный источник достигает 77,78% (9,8 млрд. рублей). Прочие виды страхования рисков юридических лиц, связанных с банковскими услугами, являются следующим по значимости элементом исследуемой структуры (13,49% или 1,7 млрд. рублей в 2015 году). Сельскохозяйственное страхование клиентов - юридических лиц демонстрирует изменчивую динамику на протяжении исследуемого периода и к 2015 году составляет 6,35% (0,8 млрд. рублей). Страхование жизни и здоровья владельцев малого и среднего бизнеса имеет наименьший удельный вес в

структуре страхования юридических лиц через банки (2,38% или 0,3 млрд. рублей в 2015 году).

Поскольку при страховании банковских рисков банк выступает как покупатель, а не продавец страховых услуг, то указанное направление анализа останется за рамками данного исследования.

Динамика состава рынка банкострахования и его отдельных компонентов представлена в приложениях 1-6.

Далее представляется уместным указать страховые компании, которые являлись лидерами рынка банкострахования России в 2015 году (таблица 2.1). Рэнкинг составлен по версии «Эксперт РА» путем ранжирования страховых компаний по объемам полученных премий от добровольного и обязательного страхования за исключением обязательного медицинского страхования.

Таблица 2.1.

Лидеры рынка банкострахования в России в 2015 году

Место	Компания/ группа компаний	Страховые взносы, млн. рублей	Страховые выплаты, млн. рублей
1	ООО СК «Сбербанк страхование жизни»	44041,73	2543,46
2	ООО СК «ВТБ Страхование»	29252,78	3383,24
3	Страховая группа «Альфастрahование»	23650,73	3019,18
4	ГРУППА РЕНЕССАНС СТРАХОВАНИЕ	12684,75	1031,13
5	САО «ВСК»	10116,82	5328,88
6	Страховая группа «СОГАЗ»	9601,51	3021,94
7	ООО «Страховая компания «Сив Лайф»	6980,39	1816,87
8	АО ВТБ Страхование жизни	6416,88	18,14
9	Группа «ИНГО»	4137,07	1651,98
10	ООО «СК «Райффайзен Лайф»	3912,33	696,26

Источник: составлено автором на основании [49]

Как представлено в таблице, ООО СК «Сбербанк страхование жизни», ООО СК «ВТБ Страхование» и Страховая группа «Альфастрahование» собрали наибольшую сумму страховых премий на рынке банкострахования.

Таким образом, рынок банкострахования на протяжении исследуемого периода демонстрировал тенденцию к росту. Однако доля банкострахования в общем объеме страхового рынка в 2015 году по сравнению с 2014 годом снизилась с 21,66% до 20,8%. Сдерживающее влияние на процессы банковского участия в продаже страховых продуктов оказала макроэкономическая ситуация в стране, снижение темпов кредитования, а также последствия от введенных экономических санкций. В последние годы некредитное банкострахование становится значимым сегментом в структуре рынка банкострахования. Доля розничного страхования, не связанного с кредитованием, увеличилась с 27,1% за 2014 год до 38,83% за 2015 год. В то время как доля розничного страхования, связанного с кредитованием, наоборот, снизилась с 61,12% за 2014 год до 48,83% за 2015 год.

Итак, в рамках данной главы были проанализированы основные тенденции на банковском и страховом рынках в России, а также процессы банкострахования в отечественной практике. В числе предпосылок к участию банков в продаже страховых продуктов следует отметить сокращение количества действующих страховых и кредитных организаций, снижение темпов прироста страховых премий и прибыли кредитных организаций, а также рост концентрации на банковском и страховом рынках. Рынок банкострахования на протяжении исследуемого периода демонстрирует положительную динамику. Однако исключением стал 2015 год, когда доля банкострахования в общем объеме страхового рынка снизилась и составила 20,8%.

ГЛАВА 3. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОЦЕССОВ УЧАСТИЯ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В ПРОДАЖЕ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ В РОССИИ

3.1. Проблемы развития банкострахования в России в контексте участия банков в продаже страховых продуктов

Несмотря на множество преимуществ сотрудничества банков и страховых компаний в продвижении страховых продуктов имеется ряд проблем, сопровождающих партнерство указанных экономических субъектов.

В первую очередь стоит учитывать риски, связанные с выбором контрагента, - репутационные, финансовые, юридические и пр. При интеграции деятельности банка и страховой организации репутация каждой стороны тесно связана с положением партнера на рынке. Банк несет репутационные риски при сотрудничестве как с ненадежным страховщиком, так и с обеспечивающим низкий уровень сервиса.

Кроме того, партнеры могут отличаться друг от друга финансовой мощностью, в результате чего возможно возникновение зависимости финансово более слабого партнера от более сильного.

Предоставление услуг в формате финансового супермаркета также может сопровождаться проблемными моментами. Следует понимать, что комплексные финансовые продукты не всегда включают самые выгодные для клиента условия. На практике клиент финансового супермаркета в некоторой степени даже теряет свободу выбора. Например, при кредитовании в банке он должен заключать договор страхования только с компанией, являющейся партнером банка, и на ее условиях. Как правило, в финансовом супермаркете предоставляются стандартизированные услуги не требующие значительных затрат времени на их оформление. Однако для оформления нестандартных

финансовых услуг визит в банк или страховую компанию все же будет необходим, что создает неудобства для клиента. [20]

Так как немаловажным фактором роста объема страховых премий является страхование при банковском кредитовании, то страховой сектор во многом зависит от банковского сектора. В связи с этим банки могут настаивать на высоком размере комиссионного вознаграждения, что приводит к повышению тарифов на страховые продукты со стороны страховых компаний. В случае возникновения подобной ситуации потребители финансовых услуг вынуждены приобретать страховые продукты по завышенным ценам, результатом чего может стать формирование негативного отношения потребителей к институту страхования, и, как следствие, возможно сокращение потребительского спроса на страховые продукты.

Банки стремятся решить одновременно две ключевые задачи: получить наибольший доход от сотрудничества со страховщиками и не допустить реализации кредитных и репутационных рисков. Такая стратегия ведет к ухудшающему отбору - финансово устойчивая страховая компания с меньшей вероятностью станет платить завышенные комиссии посредникам. [43]

Недостижение ожидаемого синергетического эффекта от интеграции сторон также может иметь место при реализации концепции банкострахования. Определение эффективности интеграции финансовых посредников во многих случаях затрудняется невысокой сравнимостью данных. Однако можно выделить несколько основных критериев, на основе которых становится возможным оценить эффективность деятельности банка и страховщика после интеграции. Так, затраты на разработку финансовых проектов и их доведение до потребителя, расходы на информационно-аналитическое и программное обеспечение, обучение персонала могут оказаться непредвиденно высокими и не оправдаться полученными доходами от сотрудничества в связи с незначительным спросом населения на такого рода финансовые услуги. К тому же расширение спектра услуг приводит к существенному увеличению объема

работы для филиальной сети банка, часто новые объёмы работы превышают ее возможности.

Следующим фактором, затрудняющим применение концепции банкострахования, могут стать технологические сложности по интеграции ИТ-систем. Тесному взаимодействию банков и страховых фирм препятствует слабая технологичность, необходимость инвестиций в основание и модернизацию it-систем.

Несмотря на то, что кэптивныe компании являются драйверами рынка банкострахования, рост уровня концентрации на рынке банкострахования в России может привести к образованию нескольких компаний – монополистов, диктующих свои правила функционирования рынка. Для остальных участников страхового рынка кэптивное банкострахование является проблемой, поскольку не имея своего банка, страховая компания сталкивается с завышенными комиссиями на уровне важнейшего канала сбыта. [5]

Стоит отметить низкую прозрачность деятельности российского страхового рынка, низкие стандарты деятельности ряда страховых компаний, рост числа случаев страхового мошенничества. Совокупность данных факторов приводит к возникновению взаимного недоверия между страхователями и страховыми организациями, что препятствует эффективному использованию инструмента страхования и банкострахования. [3]

Еще одним препятствием к расширению сотрудничества между банками и страховыми организациями является низкий спрос населения на страховые услуги. В сформировавшейся экономически нестабильной обстановке на финансовом рынке России спрос на страховые продукты является низким, объем страхового рынка не превышает 1,3% ВВП страны.

Кроме того, развитию рынка банкострахования препятствует низкий уровень финансовой грамотности в России. Страхование при кредитовании зачастую воспринимается клиентами банка как дополнительная денежная нагрузка к кредиту, как обременяющее обязательство, необходимое для

одобрения кредитной сделки. Стоит учесть и то, что российские граждане, как правило, не привыкли планировать личные финансы (семейный бюджет), направляя все доходы на текущее потребление, без учета расходов на непредвиденные жизненные ситуации в будущем. [50]

Важно заметить, что также может иметь место недостаточная производительность системы взаимоотношений с потребителями финансовых услуг. Успешность взаимодействия финансовых учреждений с клиентами зависит в большей степени от способности финансовых институтов наиболее полно и оперативно удовлетворить финансовые потребности клиентов, для чего необходим высокий уровень квалификации сотрудников, наличие привлекательных страховых продуктов и т.д.

Еще одним проблемным аспектом сотрудничества банка и страховой компании может стать отсутствие или слабая система мотивации сотрудников банка, непосредственно осуществляющих продажи страховых продуктов, а также недостаточная подготовка персонала к продаже данных продуктов. Результатом указанного факта становится неразвитость кросс-продаж страховых продуктов сотрудниками банка. Стоит заметить, что проблемы может вызвать и невысокий уровень сервиса сотрудников страховых компаний. [7]

При построении партнерских отношений между банками и страховыми компаниями может иметь место недостаток прозрачности в системе аккредитации страховщиков банками. Аккредитация страховых компаний, проводимая банками, законодательно не запрещена, но четкие критерии отбора страховщиков отсутствуют. Проблема заключается в условиях сотрудничества банков и страховщиков: каким образом происходит аккредитация, какие требования устанавливаются, ущемляются ли при ее проведении чьи-то права. Страховщики в условиях конкуренции зачастую соглашаются на дополнительные условия к аккредитации банка. [7]

Возникновение конфликтных ситуаций между каналами дистрибуции может стать слабым местом в сотрудничестве банков и страховщиков.

Основной их причиной является конкурентная борьба персонала финансовых учреждений за комиссионное вознаграждение и премии от продажи страховых продуктов. Сведение к минимуму таких конфликтов является важной стратегической задачей, реализация которого будет способствовать достижению положительных результатов интеграции банка и страховщика.

Говоря о препятствиях в распространении концепции банкострахования, следует отметить, что кризис вызвал весьма неоднородные изменения стоимости различных видов страхования. К примеру, повысилась стоимость страхования специфических рисков - страхование банкоматов или наличности. В то время как стоимость страхования стандартных объектов - недвижимости, движимого имущества - напротив, существенно снизилась. Зачастую страховщики демпингуют на рынке, что нередко приводит к проблемам с выплатами страховых возмещений при непосредственном наступлении страховых случаев. [8]

Одной из актуальных проблем на сегодняшний день остается вопрос финансовой устойчивости страховой компании, который зачастую возникает при выявлении несоблюдения страховщиком гарантий платежеспособности, систематическом невыполнении им обязательств перед страхователями и прочих нарушениях. Невозможность исполнения страховщиком принятых на себя обязательств также может возникать, например, в связи с ухудшением финансового состояния страховой компании, отзывом или приостановлением действия лицензии и т.п. Ситуация усугубляется отсутствием систем риск-менеджмента в страховых компаниях и незначительным использованием рейтинговых оценок при выборе страховых компаний их клиентами. [4], [3], [6]

Зачастую руководство многих банков приходит к пониманию, что работать с одним страховщиком - кэптивной компанией или постоянным партнером – не всегда выгодно для банка, поскольку данный страховщик находится вне конкурентной борьбы, и у него отсутствуют стимулы к дальнейшему развитию. Сотрудничество со страховыми компаниями-

участниками конкурентной борьбы выгодно всему рынку в целом, так как удовлетворяются потребности не только клиента, но и самого банка. [27]

В ходе построения партнерства банков и страховщиков, указанные финансовые институты могут столкнуться с проблемами, вызванными действиями регулирующих органов. К примеру, совместные предложения и рекламные кампании банков и страховых компаний могут расцениваться Федеральной Антимонопольной Службой (ФАС) как проявление аффилированности. Согласно пункту 5 части 1 статьи 11 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» («Согласованные действия») запрещаются соглашения между хозяйствующими субъектами, если такие соглашения приводят или могут привести к навязыванию контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора. Кроме того, установление банками закрытого перечня страховых организаций для сотрудничества и принуждение заемщиков банка заключать договоры с конкретной страховой компанией рассматривается ФАС как ограничение конкуренции, установление барьеров для входа другим страховым компаниям.

Вмененное страхование или навязывание страховых услуг при приобретении банковских продуктов проявило себя как острая проблема банкострахования. Потребителям зачастую не предоставляли бланк для отказа от страхования, либо сообщали об увеличении процентной ставки в случае отказа от страхования, либо отказывали в выдаче кредита из-за нежелания клиента оформить страховую услугу. [14]

В практике взаимодействия банков и страховщиков имели место проблемы налогообложения, поскольку при проведении совместных рекламных кампаний возникает проблема отнесения затрат по ее проведению на себестоимость конкретного юридического лица. Отнесение на баланс данного юридического лица полного объема расходов может привести к замечаниям со стороны налоговых органов, касающимся корректного расчета налоговой базы по налогу на прибыль, а также перечисления НДС за безвозмездное оказание услуг одного юридического лица другому.

К иным факторам, тормозящим развитие российского рынка банкострахования, можно отнести следующие:

- недостаточное развитие законодательной базы, касающейся интеграции деятельности банков и страховых компаний;
- разная степень зрелости банковского и страхового рынков;
- сложная макроэкономическая ситуация (геополитическая обстановка, экономический кризис) в результате чего происходит падение покупательской способности, сокращение спроса в целом;
- недостаточная разработанность технологии продаж;
- недостаток качественных, рыночных, технологичных банкостраховых продуктов в целом по рынку. [29], [5], [20]

Проблема недостатка необходимых банкостраховых продуктов заслуживает особого внимания. Как было отмечено ранее, банки и страховщики внедряют продажу страховых «коробочных продуктов» на территории банков-партнеров. Однако указанные страховые продукты имеют ряд ограничений. Во-первых, данные продукты не создают растущую клиентскую базу, поскольку чаще всего срок их действия составляет один год, в то время как у клиента нет возможности либо желания продолжать эти программы. Во-вторых, определенные трудности вызывает необходимость активации ряда «коробочных продуктов» после приобретения. В-третьих, зачастую у потребителей отсутствует понимание сути и принципа действия данных страховых продуктов. Среди прочих ограничений «коробочных продуктов» можно указать фиксированные условия, низкие страховые суммы, ограниченные суммы страхового покрытия. [55]

В «Стратегии развития рынка страхования жизни на 2012-2020 гг.», разработанной Ассоциацией страховщиков жизни, отмечается, что проблемы банковского страхования вытекают из малого опыта взаимодействия банков и страховых компаний. [13]

В «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2022 года» отмечается, что в обеспечении

сбалансированности и инновационного развития экономики в современных условиях финансовая система играет ключевую роль. Рост отечественной экономики невозможен без современной, конкурентоспособной, инновационно-ориентированной финансовой инфраструктуры. При этом важное значение имеет синергетический эффект, который возникает в результате сотрудничества банков и страховых организаций. [13]

Таким образом, к проблемам, препятствующим широкому использованию модели банкострахования, можно отнести высокое комиссионное вознаграждение, устанавливаемое банками, трудности в согласовании технологий продаж банков и страховых компаний, низкий спрос населения на страховые продукты, высокие риски взаимодействия банков и страховых фирм, низкий уровень финансовой грамотности населения и т.д.

3.2. Перспективы участия банков в продаже страховых продуктов на принципах банкострахования

Поскольку ранее были обозначены проблемы, недостатки и препятствия в применении и широком распространении банкострахования как формы участия банков в продаже страховых продуктов, то целесообразно разработать рекомендации и предложить направления совершенствования процессов сотрудничества банков и страховщиков.

Как было отмечено, взаимодействие банков и страховщиков сопряжено с рисками. Риски финансовых учреждений в рамках построения партнерских отношений между банками и страховщиками можно разделить на следующие группы:

- риски, которые подлежат активному управлению;
- риски, которые можно уменьшить путем переноса (частичного или полного) на других субъектов хозяйствования;
- риски, которых можно избежать.

Предотвращение или минимизация рисков становится возможной путем осуществления комплекса последовательных действий, таких как универсализация бизнес-процессов, стандартизация содержания банковских и страховых сделок с целью недопущения неэффективных финансовых решений, а также повышение заинтересованности персонала в результатах своей работы. Необходимо и постоянное совершенствование внутрибанковских процедур по выявлению, оценке и управлению рисками.

Кроме того, для снижения рисков банков и страховых компаний рекомендуется постоянно совершенствовать линейку совместных продуктов банков и страховщиков, применяя клиентоориентированный подход при разработке новых продуктов.

Для минимизации рисков целесообразно также использовать технологию передачи рисков. Для банков таким инструментом может стать страхование отдельных рисков, для страховых компаний - перестрахование. Некоторые банки предпочитают страховать не отдельные операции и имущество, а заключать договоры комплексного страхования банковских рисков (полис «ВВВ»). Однако такие полисы, как правило, имеют высокую стоимость, что ограничивает их широкое использование.

Как уже отмечалось, положительный результат от сотрудничества банка и страховщика зависит от максимального удовлетворения финансовых потребностей клиентов. Для того чтобы достичь запланированной эффективности от интеграции банка и страховой компании на начальных этапах становления партнерства целесообразно реализовывать более простые и стандартизированные банковские и страховые продукты. Расширять спектр предлагаемых продуктов следует с учетом собственных финансовых возможностей, предпочтений клиентов, изменений в конкурентной среде и иных факторов. Процесс внедрения новых продуктов должен происходить постепенно, сопровождаясь необходимым информационно-аналитическим обеспечением сторон-партнеров.

Немаловажное значение в построении успешного партнерства принадлежит осуществлению сегментации клиентов по определенным критериям, таким как среднемесячный доход, семейное положение, профессия и пр. За каждым сегментом потребителей необходимо закрепление финансового консультанта - представителя банка или страховщика, который будет проводить консультативную работу с клиентами. Такие консультации призваны показать необходимость, важную роль страховых услуг, а также обеспечить прозрачность и понятность предлагаемых услуг для потребителя.

Для предотвращения возникновения конфликтных ситуаций между каналами дистрибуции, следует соблюдать следующий алгоритм:

- определить цели, задачи, функции каждого канала продажи;
- закрепить за каждой категорией персонала определенные финансовые продукты;
- разработать систему мотивации сотрудников - осуществляющих продажи страховых продуктов;
- обеспечить бесперебойный обмен информацией между каналами дистрибуции.

В ответ на жалобы потребителей в Федеральную Антимонопольную Службу на российском рынке банкострахования наблюдается процесс ужесточения регулирования сотрудничества кредитных и страховых организаций со стороны контролирующих органов.

Следует отметить, что для решения проблемы навязывания страховой услуги государство уже предпринимает значимые шаги. Так, в июле 2014 года вступили в силу дополнения к Федеральному закону от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)». Данный нормативный акт провозглашает необходимость оформления заявления о предоставлении потребительского кредита по установленной кредитором форме, содержащее согласие заемщика на оказание ему дополнительных платных услуг, в том числе на заключение иных договоров, которые заемщик обязан заключить в связи с договором потребительского кредита. Кроме того, в заявлении о

предоставлении потребительского кредита должна быть указана стоимость предлагаемой дополнительной услуги, а заемщик имеет право согласиться или отказаться от оказания ему за отдельную плату такой дополнительной услуги.
[31]

Кроме того, 2 марта 2016 года вступило в силу Указание Банка России от 20.11.2015 № 3854-У «О минимальных (стандартных) требованиях к условиям и порядку осуществления отдельных видов добровольного страхования». Данный законодательный акт закрепляет обязанность страховщика при осуществлении добровольного страхования предусмотреть условие о возврате страхователю уплаченной страховой премии в случае отказа страхователя от договора добровольного страхования в течение пяти рабочих дней со дня его заключения независимо от момента уплаты страховой премии, при отсутствии в данном периоде событий, имеющих признаки страхового случая. Обозначенный в Указании срок получил название «период охлаждения» и распространяется в отношении страхователей - физических лиц на следующие виды добровольного страхования:

- страхование жизни на случай смерти, дожития до определенного возраста или срока либо наступления иного события;
- страхование жизни с условием периодических страховых выплат либо участием страхователя в инвестиционном доходе страховщика;
- страхование от несчастных случаев и болезней;
- медицинское страхование;
- страхование средств наземного транспорта;
- страхование имущества граждан (кроме транспортных средств);
- страхование гражданской ответственности владельцев автотранспортных средств и средств водного транспорта;
- страхование гражданской ответственности за причинение вреда третьим лицам;
- страхование финансовых рисков.

Важно отметить, что требования Указания не распространяются на следующие случаи осуществления добровольного страхования:

- осуществление добровольного медицинского страхования иностранных граждан и лиц без гражданства, находящихся на территории Российской Федерации с целью осуществления ими трудовой деятельности;
- осуществление добровольного страхования, предусматривающего оплату оказанной гражданину Российской Федерации, находящемуся за пределами территории Российской Федерации, медицинской помощи и (или) оплату возвращения его тела (останков) в Российскую Федерацию;
- осуществление добровольного страхования, являющегося обязательным условием допуска физического лица к выполнению профессиональной деятельности в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- осуществление добровольного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств в рамках международных систем страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств. [30]

Заметим, что редакция Закона РФ 27.11.1992 № 4015-1 «Об организации страхового дела в РФ» (изменения от 21.07.2014г.) ввела запрет на совмещение банками функций агента и выгодоприобретателя по договору страхования, что стало основой для создания прозрачных условий кредитования и повысило доступность кредитов для населения. Норма изначально вошла в закон как средство решения проблемы скрытых комиссий для заемщиков. [32]

Развитию банкострахования в России будет способствовать разработка и принятие закона «О банкостраховании», который будет закреплять права и обязанности взаимодействующих банков и страховщиков, а также внесет определенность в ценовую политику в отношении реализуемых страховых и иных финансовых продуктов. Также необходимо дальнейшее развитие защиты прав потребителей финансовых услуг. Указанные меры позволят обеспечить прозрачность сотрудничества и доверие потребителей к партнерству указанных финансовых институтов. [50]

Государственное регулирование взаимодействия российских банков и страховых организаций должно строиться на принципах учета следующих положений:

- предоставление клиентам выбора страховой компании и страхового продукта на рынке банкострахования;
- повышение финансовой грамотности населения, в том числе за счет информирования клиентов о сущности и стоимости приобретаемых страховых продуктов;
- повышение доступности финансовых услуг для всех категорий граждан, в том числе посредством установления справедливого, не завышенного комиссионного вознаграждения банкам;
- введение налоговых стимулов для развития пенсионных программ и страхования жизни;
- обеспечение прозрачности в системе аккредитации страховщиков банками.

Также для развития банкострахования в России необходимо развитие и укрепление различных видов партнерских взаимоотношений банков и страховых организаций, возникновение новых форм взаимодействия при разработке новых технологий, повышение уровня сервиса и качества выполнения обязательств страховщиков по страховым договорам, а также расширение страхования клиентов банка, не связанного с кредитованием и т.д. [53]

В рамках данного исследования уместным представляется также привести мнения и прогнозы экспертов относительно направлений совершенствования и перспектив развития процессов банкострахования в России.

Значимость применения концепции банкострахования в российской экономической практике подчеркнута в официальном документе «Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на период 2016-2018 гг.». В документе указывается, что совмещение внутри кредитных

организаций и банковских групп банковских и небанковских финансовых продуктов, а также взаимодействие кредитных организаций с иными финансовыми организациями является важным инструментом развития российского финансового рынка и позволит обеспечить:

- повышение доходности финансовых институтов за счет разработки новых продуктов на стыке банковских и прочих финансовых продуктов и услуг;
- повышение конкурентоспособности, в том числе за счет эффективного использования сетей кредитных организаций с их налаженными каналами продаж и установившейся культурой обслуживания клиентов, а также за счет расширения продуктового ряда с целью удовлетворения потребностей клиентов в небанковских финансовых услугах (например, страховых);
 - дополнительное привлечение финансовых ресурсов;
 - совершенствование систем управления рисками. [38]

По мнению вице-президента по работе с посредниками Группы Ренессанс Страхование Огульджан Худайбереновой, для повышения доверия клиентов к страховым продуктам и спроса на них банки и страховщики должны создавать пакетные предложения, где страховой продукт будет выступать важным и удобным дополнением к банковским продуктам. Страховой компании необходимо в первую очередь повышать качество обслуживания клиентов - от покупки полиса до урегулирования страхового случая. Огульджан Худайберенова отмечает, что несмотря на кризисные явления у рынка банкострахования в России хорошие перспективы: увеличение проникновения в клиентские базы, появление новых каналов продаж, продуктов, форм взаимодействия и т.д. В связи с развитием технологий и инструментов, связанных с Big Data, страховым компаниям нужно будет быстро изменяться, предлагать точечные решения для банков. На смену страховым мультипродуктам и коробочным продуктам придут недорогие страховые решения, отвечающие какой-то одной потребности клиента. [34]

Руководитель управления по работе с банками Московского регионального центра «АльфаСтрахование» Илья Ланцов считает банкострахование одним наиболее перспективных сегментов финансового рынка на сегодняшний день. Эксперт отмечает, что возможности для совершенствования сервиса и разработки новых востребованных услуг обусловлены высокой конкуренцией в этом секторе, а удаленное обслуживание станет одним из драйверов развития банкострахования.

По прогнозам экспертов, большая доля розничного банкострахования будет принадлежать кэптивным страховщикам, поскольку взаимодействие банка с аффилированной страховой компанией крайне привлекательно в направлении страхования жизни и здоровья заемщиков, а также страхования заемщика от потери работы. [16]

Директор департамента благосостояния клиентов ПАО «Сбербанк» Максим Чернин полагает, что кредитное страхование утратит позиции драйвера рынка, в то время как иные направления страхования жизни будут активно развиваться. В частности, среди наиболее перспективных направлений страхования эксперт называет инвестиционное страхование жизни. По мнению эксперта, рисковое страхование также ожидает активный рост клиентов, связанный с разработкой коробочных продуктов для массового сегмента. [10]

Согласно прогнозам рейтингового агентства «Эксперт РА», в текущем году рынок банкострахования ждет дальнейший рост на 20%: прирост придется как на страхование жизни и здоровья заемщиков, связанное с кредитованием, так и на некредитное страхование. [5]

Аналогичные прогнозы дают и представители других компаний. Так, руководитель департамента по работе с партнерами страховой компании «МАКС» Екатерина Литвинова предсказывает, что драйвером роста станет некредитное страхование физических лиц, а основным развивающимся направлением - инвестиционное страхование жизни. Эксперт также отмечает, что при сохранении текущей динамики продаж рост рынка банкострахования на 20% представляется вполне реальным. К иным тенденциям рынка

банкострахования Екатерина Литвинова относит постепенную монополизацию рынка кэптивными компаниями банков и демпинг в наиболее прибыльных сегментах, который выражается в снижении уровня тарифов и росте комиссий. [5]

Заместитель генерального директора рейтингового агентства «Эксперт РА» Павел Самиев считает, что в ближайшей перспективе новый импульс развития получат добровольное накопительное страхование жизни и коробочные продукты, не связанные с кредитованием. [61]

Генеральный директор Ингосстрах-Жизнь Владимир Черников говоря о прогнозах и перспективах банкострахования с точки зрения страхования жизни, отмечает, что банки сохранят и усилят роль основного канала продаж за счет расширения линейки продуктов, продаваемых через банки. Все больше банков будет предпочитать переход/возврат к «открытой архитектуре», когда предлагаются продукты 2-3 страховых компаний. Агентский канал будет перспективным с точки зрения работы через большие универсальные агентские сети. Продажи, адаптированные под каналы дистанционного банковского обслуживания, либо интегрированные в крупные онлайн-сервисы, также получат широкое развитие.

Анализируя перспективность продуктовых сегментов, эксперт ожидает стагнацию рынка кредитования в связи с ухудшением макроэкономической ситуации. По его мнению, рост ожидает отрасль пенсионного страхования жизни, продукты накопительного страхования жизни, сфокусированные на заботу о здоровье. В секторе инвестиционного страхования жизни наращивание доли будет происходить за счет массовых и private-направлений банков. Ключевым неохваченным сегментом в страховании от несчастных случаев являются коробочные решения по страхованию от критических заболеваний с функцией ассистанса (в России и за рубежом). [44]

Президент страховой компании «МетЛайф» Александр Зарецкий полагает, что драйвером роста страхового рынка станет инвестиционное страхование жизни. Эксперт ожидает, что темпы роста классических видов

страхования составят незначительную величину, в то время как страхование, связанное с кредитованием, и инвестиционное страхование будут демонстрировать наиболее активный рост. Кроме того, среди возможных тенденций Александр Зарецкий указывает развитие долевого страхования жизни и пенсионного страхования, а также надеется на изменение баланса между банковской и небанковской дистрибуцией в сторону небанковской вследствие усиления государственного регулирования. [55]

Ряд экспертов прогнозируют, что в ближайшем будущем возрастет количество универсальных крайне малых по площади точек продаж банковских продуктов, которые также будут реализовывать страховые программы, такие как накопительное страхование, ипотечное страхование, страхование транспортных средств, страхование от несчастных случаев, страхование имущества физических лиц. Вторым значимым драйвером роста банкострахования будет выступать внедрение удобного интернет-банкинга. [15]

Сопоставляя точки зрения экономистов по поводу прогнозов и перспектив развития процессов банковского участия в продаже страховых продуктов, можно сделать следующие выводы. Во-первых, эксперты едины во мнении, что в ближайшей перспективе значительная роль в развитии банкострахования будет принадлежать инвестиционному, пенсионному и долевого страхованию жизни. Во-вторых, доля розничного страхования клиентов банков, связанного с кредитованием, будет продолжать снижаться, в то время как доля розничного страхования, не связанного с кредитованием, напротив, будет демонстрировать дальнейший рост. В-третьих, эксперты прогнозируют широкое развитие онлайн-продаж и удаленного обслуживания потребителей страховых услуг. Есть все основания согласиться с мнением экономистов относительно будущих тенденций банкострахового рынка, поскольку темпы роста кредитования физических лиц в последние годы имеют тенденцию к снижению, в то время как развитие информационных технологий

позволяет модернизировать процессы продажи страховых продуктов в сторону дальнейшей автоматизации.

Таким образом, развитию банкострахования в России будут способствовать построение системы управления рисками, разработка и внедрение привлекательной системы мотивации для сотрудников, законодательное закрепление взаимодействия банков и страховых организаций, разработка новых финансовых продуктов на стыке банковских и страховых услуг и т.д. Эксперты прогнозируют дальнейшее развитие банкострахования в России и единогласны во мнении, что драйверами рынка станут страхование жизни и страхование, не связанное с кредитованием. Банки сохранят роль основного канала продаж страховых продуктов за счет расширения линейки продуктов, продаваемых через банки, а также увеличения проникновения в клиентские базы и развития дистанционного обслуживания.

Итак, в ходе исследования процессов банковского участия в продаже страховых продуктов были выявлены основные проблемы, препятствующие широкому распространению страховых продуктов через банковский канал. Среди таковых можно отметить недостаточное развитие законодательной базы, регулирующей интеграцию деятельности банков и страховых компаний, недостаточную разработанность технологии продаж продуктов партнера, высокое комиссионное вознаграждение, устанавливаемое банками, низкий спрос населения на ряд страховых продуктов и пр. Были предложены рекомендации, способствующие устранению и сглаживанию указанных проблем, а именно: меры по повышению информированности населения о необходимости и сути страховых продуктов, мероприятия по снижению рисков, предложения о разработке законодательных актов, регулирующих сотрудничество банков и страховщиков и пр. Также в исследовании нашли отражение мнения экспертов относительно перспектив развития исследуемых процессов, согласно которым дальнейшее развитие получают страховые продукты инвестиционного, пенсионного и долевого страхования жизни. Кроме того, значимость розничного страхования клиентов банков, связанного с

кредитованием, в структуре банкострахования будет продолжать снижаться, в то время как удельный вес розничного страхования, не связанного с кредитованием, будет демонстрировать положительную динамику.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках данного исследования были проанализированы как теоретические, так и практические аспекты участия банков в продаже страховых продуктов.

Анализ исторических факторов развития исследуемого предмета свидетельствует о том, что появление банковского канала продаж страховых продуктов стало закономерным и необходимым процессом развития как страхового, так и банковского рынка.

Дальнейший анализ позволил выявить, что в настоящее время не существует единства во мнении экономистов по поводу сущности понятия «банкострахование», тесно связанного с процессом взаимодействия банков и страховщиков. В результате критического анализа, основанного на глубокой проработке научной литературы, было уточнено существующее определение экономической категории «банкострахование»: под банкострахованием подразумевается сотрудничество банков и страховых компаний в форме участия банков в продаже страховых продуктов посредством использования своей клиентской базы и иных ресурсов банка с целью диверсификации деятельности, повышения эффективности и роста прибыли. При этом банк и сам может являться покупателем страховых продуктов, когда использует страхование как метод снижения собственных рисков.

В ходе проведения исследования было установлено, что применение концепции банкострахования обладает целым рядом преимуществ, среди которых - уменьшение расходов на поиск новых каналов распространения страховых продуктов, повышение качества деятельности и имиджа организации, рост конкурентоспособности и пр. Основными формами сотрудничества банков и страховых компаний являются сотрудничество в рамках распространения продуктов, партнерский альянс, организация «финансовых супермаркетов» и др.

Однако построение модели банковско-страхового сотрудничества является сложным и длительным процессом и требует от сторон - партнеров серьезных финансовых вложений и вовлечения трудовых ресурсов. Зачастую становится необходимой организация принципиально новой системы управления и обеспечения it-технологиями. Для успешной интеграции немаловажное значение имеет правильный выбор потенциального партнера и модели интеграции.

Развитие банкострахования в мире является активным процессом и характеризуется повышением уровня концентрации банковского и страхового капиталов. Сотрудничество банков и страховщиков развивается от простых коммерческих соглашений до полностью интегрированных моделей.

В рамках данной научной работы в целях определения экономических предпосылок для развития были проанализированы основные тенденции на банковском и страховом рынке. В числе предпосылок к участию банков в продаже страховых продуктов сотрудничеству указанных финансовых институтов следует отметить сокращение количества действующих страховых и кредитных организаций, снижение темпов прироста страховых премий и прибыли кредитных организаций, рост концентрации на исследуемых рынках.

Финансовая оценка банковского участия в продаже страховых продуктов позволил прийти к следующим результатам. Рынок банкострахования на протяжении исследуемого периода демонстрировал тенденцию к росту, исключением стал лишь 2015 год, когда доля банкострахования в общем объеме страхового рынка до 20,8%. Сдерживающее влияние на рынок банкострахования оказала макроэкономическая ситуация в стране, снижение темпов кредитования, а также последствия от введенных экономических санкций.

В последние годы страхование клиентов банка, не связанное с кредитованием, становится значимым сегментом в структуре рынка банкострахования. В то же время доля страхования юридических лиц через банки на протяжении рассматриваемого периода имеет тенденцию к снижению.

Незначительный удельный вес в структуре рынка банкострахования в 2011-2015гг. принадлежит страхованию рисков банков.

Согласно проведенным расчетам, в 2011-2015гг. в структуре рынка розничного страхования, связанного с кредитованием, сокращается доля автострахования, страхования жизни и здоровья заемщиков потребительских кредитов. Значимым составляющим в анализируемой структуре является страхование, связанное с ипотечным кредитованием. Наименьший удельный вес в структуре рынка розничного страхования, связанного с кредитованием, за указанный период принадлежит страхованию заемщиков от потери работы и прочие виды розничного страхования заемщиков.

В некредитном банкостраховании за исследуемый период основными направлениями деятельности страховщиков стали инвестиционно-страховые продукты страхования жизни, смешанное страхование жизни, а также страхование имущества физических лиц.

Проведенные расчеты демонстрируют, что ключевое значение в структуре страхования юридических лиц через банки принадлежит страхованию имущества юридических лиц. Прочие виды страхования рисков юридических лиц, связанных с банковскими услугами, являются следующим по значимости элементом исследуемой структуры. Страхование жизни и здоровья владельцев малого и среднего бизнеса имеет наименьший удельный вес в структуре страхования юридических лиц через банки.

В результате исследования процессов банковского участия в продаже страховых продуктов были выявлены основные проблемы, препятствующие широкому распространению страховых продуктов через банковский канал. Среди них можно отметить недостаточное развитие законодательной базы, регулирующей интеграцию деятельности банков и страховых компаний, высокое комиссионное вознаграждение, устанавливаемое банками, низкий спрос населения на ряд страховых продуктов и пр. Были предложены рекомендации, способствующие устранению и сглаживанию указанных проблем, а именно: меры по снижению рисков, предложения о разработке

законодательных актов, регулирующих сотрудничество банков и страховщиков меры по повышению информированности населения о необходимости и сути страховых продуктов и пр. Также в исследовании нашли отражение мнения и прогнозы экспертов относительно перспектив развития исследуемых процессов, согласно которым дальнейшее развитие получают страховые продукты инвестиционного, пенсионного и долевого страхования жизни.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аверченко, О. Д. Зарубежный опыт банкострахования в условиях глобализации финансовых рынков / О.Д Аверченко // «Финансы и кредит». – 2016. – № 14 (686). – С. 32-42.
2. Аккредитация страховых компаний в банке [Электронный ресурс] / сайт Провинциалы. – Режим доступа: http://provincialynews.ru/publ/finansy/kredity/akkreditacija_strakhovykh_kompanij_v_banke/12-1-0-290 (дата обращения: 01.12.2016).
3. Активное развитие страхования [Электронный ресурс] / сайт Популярно о страховании. – Режим доступа: http://kitesamp.ru/?page_id=22 (дата обращения: 01.12.2016).
4. Актуальные проблемы банковского страхования в Российской Федерации [Электронный ресурс] / сайт Сейчас.ру. – Режим доступа: <https://www.lawmix.ru/comm/2477> (дата обращения: 01.12.2016).
5. Банки захватили рынок страхования [Электронный ресурс] / сайт Известия. – Режим доступа: <http://izvestia.ru/news/619715#ixzz4PWITC0A0> (дата обращения: 01.12.2016)
6. Банки и страховщики выстраивают сотрудничество [Электронный ресурс] / Национальный банковский журнал. – Режим доступа: <http://nbj.ru/publs/banki-i-biznes/2011/09/05/banki-i-strahovschiki-vystraivajut-sotrudnichestvo/index.html> (дата обращения: 01.12.2016).
7. Банки и страховщики: новый взгляд на сотрудничество [Электронный ресурс] / сайт Страхование сегодня. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/interviews/511/> (дата обращения: 01.12.2016).
8. Банковское страхование в России: проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс] / А. А. Винникова // VI Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум» 15 февраля – 31 марта 2014 года. Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2014/431/1433> (дата обращения: 01.12.2016).

9. Банкострахование – глобальный тренд [Электронный ресурс] / Ю. В. Вавилов // Второй банковский форум «Региональные финансы и глобальные тренды». Режим доступа: http://old.nsuem.ru/local/BankForum/doc/Bancassurance_plenum_fin_v2.pdf (дата обращения: 01.12.2016).
10. Банкострахование – кредитное или некредитное? [Электронный ресурс] / сайт Страхование сегодня. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/opinions/12/> (дата обращения: 01.12.2016).
11. Банкострахование [Электронный ресурс] / Рейтинговое агентство Эксперт РА. – Режим доступа: <http://raexpert.ru/project/bankstrah/2015/resume/> (дата обращения: 01.12.2016).
12. Банкострахование в контексте деятельности банкостраховых групп [Электронный ресурс] / сайт Национальная библиотека Украины. – Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/pprbsu/2011_33/11_33_08.pdf (дата обращения: 01.12.2016).
13. Банкострахование в развитии рынка страхования жизни Российской Федерации / Н. Ф. Челухина // Страховой и банковский бизнес: тренды эффективного взаимодействия: материалы Всероссийской научно-практической интернет-конференции, 25 апреля - 20 мая 2013 г. / Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова; Редкол.: И.П.Хоминич, Д.Р.Тутаева и др. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2013. – С. 197-205.
14. Банкострахование и проблемы его развития в России и зарубежных странах/ Е. Г. Сарсенова // Электронный журнал Известия. – 2015. – Т.6. - № 3. – с. 319 – 330.
15. Будущее банкострахования в универсальных мини-отделениях и интернет-банкинге [Электронный ресурс] / АльфаСтрахование. – Режим доступа: http://www.alfastrah.ru/news/6162/?sphrase_id=325 (дата обращения: 01.12.2016).

16. Взял кредит - плати за полис [Электронный ресурс] / Российская газета. – Режим доступа: <https://rg.ru/2013/06/18/banki.html> (дата обращения: 01.12.2016).
17. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 года № 14-ФЗ. – Режим доступа: <http://www.gk-rf.ru/> (дата обращения: 01.12.2016).
18. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ. – Режим доступа: <http://www.gk-rf.ru/> (дата обращения: 01.12.2016).
19. Григорьева, Е. М. Финансовые предпринимательские структуры: трансформация под влиянием рыночной конъюнктуры: монография / Е. М. Григорьева, Ю. А. Тарасова. – СПб.: ИД «Петрополис», 2010. - 368 с.
20. Гулько, А.А. К вопросу о сотрудничестве банков и страховых компаний / А.А. Гулько, Е.Н. Пашкова // Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. – 2014. - №10. – С.236-241.
21. Донецкова, О.Ю. Банкострахование: учеб. пособие / О. Ю. Донецкова, Е. А. Помогаева. - М.: Директ-Медиа, 2013. – 84 с.
22. Донецкова, О.Ю. О проблемах развития банкострахования в РФ / О. Ю. Донецкова, Л. М. Садыкова // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2015. - № 8 (183).
23. Екимов, А. В. Развитие банкострахования в России / А. В. Екимов // Вестник Самарского государственного университета. – 2016. - № 2(136). – с. 90-96.
24. Игнатова, Н.Г. Инновационные продукты при взаимодействии банков и страховых компаний // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2014. - № 24. – с. 213-217.
25. Интеграционные процессы в финансовом секторе в условиях экономического кризиса [Электронный ресурс] / Е. В. Куклина // Устойчивое развитие российских регионов: экономическая политика в условиях внешних и внутренних шоков: сборник материалов XII

- международной научно-практической конференции, г. Екатеринбург, 17-18 апреля 2015 г. — Екатеринбург: [УрФУ]. — С. 313-316. Режим доступа: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/34411/1/urrr_2015_40.pdf (дата обращения: 01.12.2016).
26. Коммерческие банки и страховые компании: конкуренты или партнеры [Электронный ресурс] / сайт Банки. - Режим доступа: <http://www.bankmib.ru/2011> (дата обращения: 01.12.2016).
27. Корусть без партнерства [Электронный ресурс] / сайт Страхование сегодня. — Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/press/87232/> (дата обращения: 01.12.2016).
28. Методические основы банковско-страхового взаимодействия в рамках страхования залогового имущества [Электронный ресурс] / сайт Регламент. - Режим доступа: http://www.reglament.net/ins/prod/2008_1_article.htm (дата обращения: 01.12.2016).
29. Николаенкова, М. С. Российский рынок банковского страхования как один из драйверов развития и роста экономики/ М. С. Николаенкова, Г. И. Шепелин // Наука, образование, общество: тенденции и перспективы развития : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 13 дек. 2015 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. — С. 350–352.
30. О минимальных (стандартных) требованиях к условиям и порядку осуществления отдельных видов добровольного страхования: Указание Банка России от 20 ноября 2015 года № 3854-У. — Режим доступа: <http://base.garant.ru/71336006/#friends#ixzz4RaprfS00> (дата обращения: 01.12.2016).
31. О потребительском кредите (займе): Федеральный закон от 21 декабря 2013 года № 353-ФЗ. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=166040&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.3301192415792622#0> (дата обращения:

- 01.12.2016).
32. Об организации страхового дела в Российской Федерации: Закон РФ от 27 ноября 1992 года № 4015-1. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1307/ (дата обращения: 01.12.2016).
 33. Обзор рынка страхования в России [Электронный ресурс] / сайт КПМГ. – Режим доступа: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/07/ru-ru-insurance-survey-2016.pdf> (дата обращения: 01.12.2016).
 34. Огульджан Худайберенова (Ренессанс Страхование): Банкострахование 2.0 — новая эпоха [Электронный ресурс] / сайт Банковское обозрение. – Режим доступа: <http://bosfera.ru/bo/oguldzhan-hudayberenova-renessans-strahovanie-bankostrahovanie-20-novaya-epoha> (дата обращения: 01.12.2016).
 35. Операции коммерческого банка: учебник / под ред. Ю.А. Ровенского, Т.В. Белянчиковой. - "Издательство "Проспект". – 369с.
 36. Определение преимуществ и недостатков сотрудничества банка и страховой компании в форме bancassurance с точки зрения заинтересованных сторон [Электронный ресурс] / сайт Ruzoo. - Режим доступа: <http://ruzoo.ru/определение-преимуществ-и-недостатк/> (дата обращения: 01.12.2016).
 37. Оптом выгоднее: все о коробочном страховании [Электронный ресурс] / сайт Страховкунадо.ру. - Режим доступа: <http://strahovkunado.ru/insur/i-info/korob-strakh.html> (дата обращения: 01.12.2016).
 38. Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на период 2016–2018 годов [Электронный ресурс] / Центральный банк Российской Федерации. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/finmarkets/files/development/onrfr_2016-18.pdf (дата обращения: 01.12.2016).
 39. Основы взаимодействия банков и страховых компаний [Электронный ресурс] / сайт Страхование сегодня. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/press/58780/> (дата обращения: 01.12.2016).

40. Отчет о развитии банковского сектора и банковского надзора [Электронный ресурс] / Центральный банк Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/publ/?PrId=nadzor> (дата обращения: 01.12.2016).
41. Преимущества банковского страхования [Электронный ресурс] / сайт Страхование сегодня. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/press/53263/> (дата обращения: 01.12.2016).
42. Применение комбинаций банковской и страховой деятельности на основе зарубежного опыта [Электронный ресурс] / А. В. Ивакина // III Международная научно-практическая конференция "Проблемы формирования новой экономики XXI века" (23-24 декабря 2010 года). Режим доступа: http://www.confcontact.com/20101224/2_ivakina.php (дата обращения: 01.12.2016).
43. Проблемы и перспективы страхования банковских рисков в России [Электронный ресурс] / Е. О. Радчукова // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сборник статей по материалам международной научно-практической конференции. № 6(50). – Новосибирск: СибАК, 2015. Режим доступа: <https://sibac.info/conf/econom/1/42314> (дата обращения: 01.12.2016).
44. Прогнозы и перспективы банкострахования с точки зрения страхования жизни [Электронный ресурс] / В. В. Черников // XIII Банковский саммит по инновациям и развитию 12-15 мая 2016 года. Режим доступа: <http://www.banksummit.ru/History/Results2016/Documents/5.pdf> (дата обращения: 01.12.2016).
45. Развитие банкострахования в странах Европы [Электронный ресурс] / Финансовая аналитика: сайт. - Режим доступа: <http://finanal.ru/развитие-банкострахования-в-странах-европы> (дата обращения: 01.12.2016)
46. Развитие банкострахования за рубежом и в России [Электронный ресурс] / сайт Studme.org. - Режим доступа:

- http://studme.org/15290527/bankovskoe_delo/razvitie_bankostrahovaniya_rubezhom_rossii#92 (дата обращения: 01.12.2016).
47. Развитие страхового рынка России в 2014 году [Электронный ресурс] / Национальное рейтинговое агентство. – Режим доступа: http://www.ranational.ru/sites/default/files/strah_rynok_2014.pdf (дата обращения: 01.12.2016).
48. Развитие страхового рынка России в 2015 году [Электронный ресурс] / сайт banki.ru. – Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/research/?id=8818011> (дата обращения: 01.12.2016).
49. Рынок банкострахования в 2015 году: жизнь без кредитов [Электронный ресурс] / Рейтинговое агентство Эксперт РА. – Режим доступа: http://raexpert.ru/ratings/insurance_rank/bancassurance_2015/ (дата обращения: 01.12.2016).
50. Семенова, Е. В. Банкострахование как инструмент развития финансового рынка России / Е. В. Семенова // Экономика и социум. – 2016. - №4 (23).
51. Современное состояние и перспективы развития банкострахования в России [Электронный ресурс] / сайт Учебник Онлайн. – Режим доступа: <http://uchebnik.online/uslugi-strahovanie/sovremennoe-sostoyanie-perspektivy-i-razvitiya-43867.html> (дата обращения: 01.12.2016).
52. Современные проблемы становления банкострахования в России / Г. И. Шепелин, И. Ю. Крылова // «Экономика и социум» №1(20), 2016.
53. Состояние и перспективы развития банкострахования в России [Электронный ресурс] / сайт Наукарус. – Режим доступа: <http://naukarus.com/sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-bankostrahovaniya-v-rossii> (дата обращения: 01.12.2016).
54. Сотрудничество банков и страховых компаний [Электронный ресурс] / сайт Корпоративный менеджмент. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/finanalysis/banks/tandem.shtml> (дата обращения: 01.12.2016).

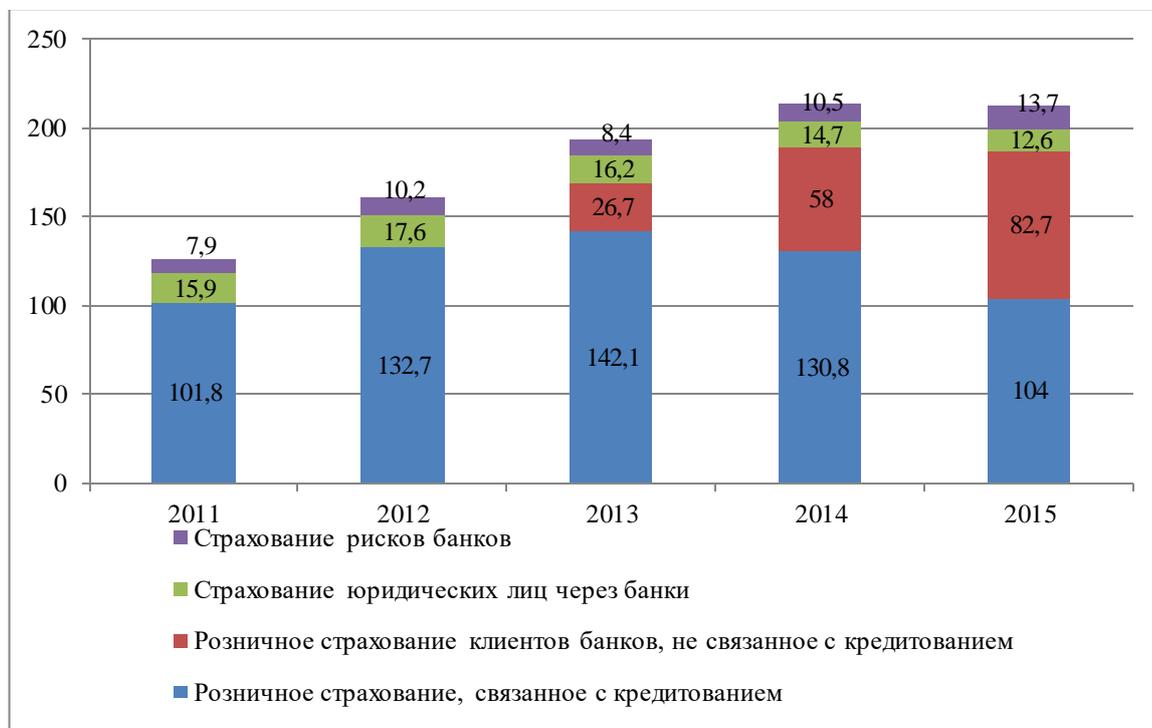
55. Страховой рынок: предложение формирует спрос [Электронный ресурс] / сайт Банковское обозрение. – Режим доступа: <http://bosfera.ru/bo/strahovoy-rynok-predlozhenie-formiruet-spros> (дата обращения: 01.12.2016).
56. Страховые услуги банков [Электронный ресурс] / сайт Все о страховании. - Режим доступа: <http://www.strahyi.ru/material/strahovye-uslug-bank> (дата обращения: 01.12.2016).
57. Технологии банковского страхования как система [Электронный ресурс] / сайт Системные консультации и обучение. - Режим доступа: <http://www.nnikolenko.com/index.php?art=29> (дата обращения: 01.12.2016).
58. Формирование клиентоориентированной модели интеграции банков и страховых компаний [Электронный ресурс] / электронный научный журнал Управление экономическими системами. – Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs-39-392012/item/1173-2012-03-27-08-44-23> (дата обращения: 01.12.2016).
59. Что такое банковское страхование? [Электронный ресурс] / сайт Bancassurance. – Режим доступа: <http://bancassurance.com.ua/> (дата обращения: 01.12.2016).
60. Шепелин, Г.И. Теоретические основы и тенденции развития банкострахования в современной России / Г. И. Шепелин, Э. О. Погосян, В. В. Трофимова // Экономика и социум. – 2015. - №6 (19).
61. «Эксперт РА»: участники рынка банкострахования делают ставку на страхование жизни и коробочные продукты [Электронный ресурс] / Ассоциация Российских Банков. – Режим доступа: http://arb.ru/b2b/press/ekspert_ra_uchastniki_rynka_bankostrakhovaniya_delay_ut_stavku_na_strakhovanie_zhizni_i_korobochnye_p-8596807/ (дата обращения: 01.12.2016).
62. Bancassurance in Europe [Электронный ресурс] / сайт palgraveconnect. - Режим доступа: <http://www.palgraveconnect.com/pc/doi/10.1057/9780230358287> (дата обращения: 01.12.2016).

63. Definition «Bancassurance» [Электронный ресурс] / сайт Definedterm. - Режим доступа: <https://definedterm.com/bancassurance> (дата обращения: 01.12.2016).
64. Definition «Bancassurance» [Электронный ресурс] / сайт Definedterm. - Режим доступа: https://definedterm.com/bancassurance_bank_insurance (дата обращения: 01.12.2016).

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Динамика состава рынка банкострахования в 2011-2015гг., млрд. рублей



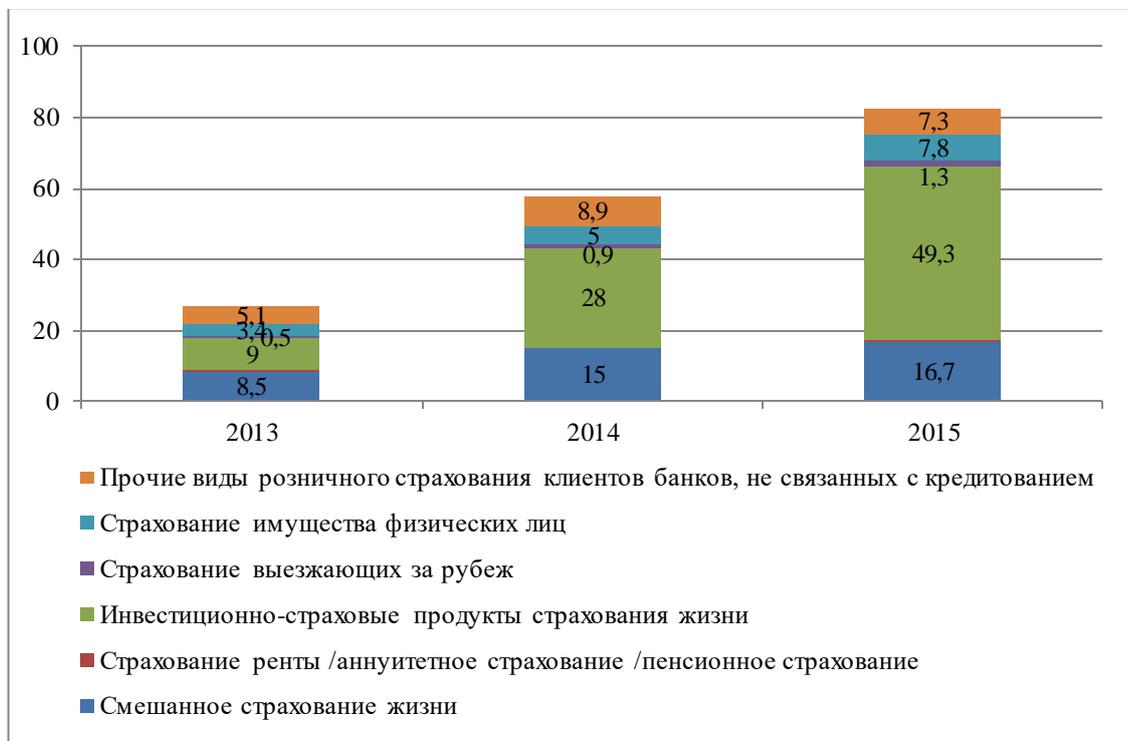
Источник: [составлено автором]

Динамика состава рынка розничного страхования, связанного с кредитованием, в 2011-2015 гг., млрд. рублей



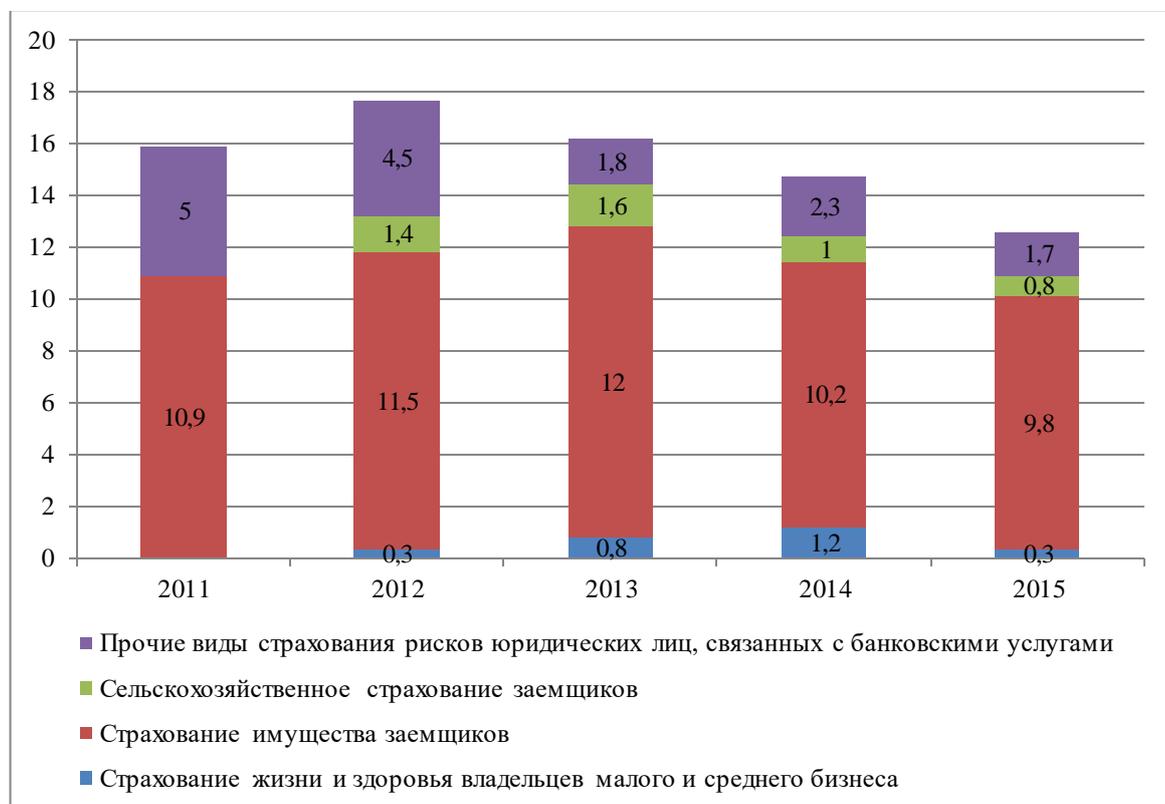
Источник: [составлено автором]

Динамика состава рынка розничного страхования клиентов банков, не связанного с кредитованием в 2013-2015 гг., млрд. рублей



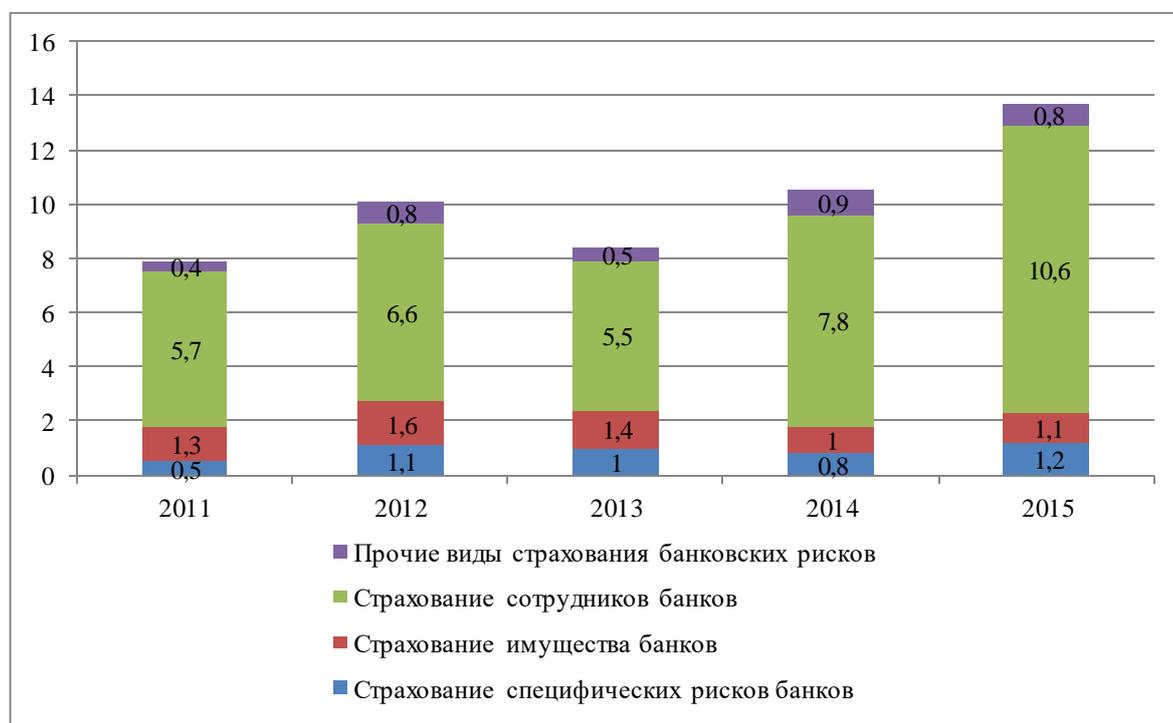
Источник: [составлено автором]

Динамика состава рынка страхования юридических лиц через банки в 2011-2015гг., млрд. рублей



Источник: [составлено автором]

Динамика состава рынка страхования рисков банков в 2011-2016гг., %



Источник: [составлено автором]

Динамика структуры рынка страхования рисков банков в 2011-2016гг., %



Источник: [составлено автором]