

Марина Владимировна МАЗАЕВА<sup>1</sup>  
Елена Николаевна ИВАНОВА<sup>2</sup>  
Юлия Степановна КУДЕЛЬСКАЯ<sup>3</sup>

УДК 336.71

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА БАНКОСТРАХОВАНИЯ В РОССИИ: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ

<sup>1</sup> кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, денежного обращения и кредита Финансово-экономического института Тюменского государственного университета  
mvmazaeva@utmn.ru

<sup>2</sup> магистрант 2 курса направления «Банки и банковская деятельность» Финансово-экономического института Тюменского государственного университета  
fin@utmn.ru

<sup>3</sup> магистрант 2 курса направления «Банки и банковская деятельность» Финансово-экономического института Тюменского государственного университета  
fin@utmn.ru

### Аннотация

В глобальной практике банкострахование — это полное взаимопроникновение банка и страховой компании в деятельность друг друга. Речь идет об интеграции информационных систем, обмене клиентскими базами, построении одинаковых бизнес-процессов взаимодействия как структурных подразделений, так и страховой компании и банка напрямую.

Сложившаяся российская практика позволяет говорить о банковском страховании как о способе организации продаж страховых продуктов на территории банка, пред-

---

**Цитирование:** Мазаева М. В. Современные тенденции рынка банкострахования в России: новые вызовы / М. В. Мазаева, Е. Н. Иванова, Ю. С. Кудельская // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2016. Том 2. № 1. DOI: 10.21684/2411-7897-2016-2-1-179-189

---

лагающем потенциальному клиенту какой-либо продукт страхования без обращения в страховую компанию. Как и многие институты, сегодня банкострахование претерпевает изменения: драйвером роста становится некредитное страхование, трансформируются каналы продаж, усиливается позиция страховщиков как участников симбиоза.

**Ключевые слова**

Банкострахование, банк, страховая компания, страховая услуга, кросс-продажа.

**DOI: 10.21684/2411-7897-2016-2-1-179-189**

Банкострахование, как интеграция банков и страховых компаний с акцентом на распространение страховых продуктов, в его сегодняшнем виде получило толчок к развитию во Франции в начале 1980-х гг. Большинство французских банков основали свои собственные страховые компании и заняли существенную часть рынка страхования. Успех банкострахования совпал с благоприятным налоговым климатом для продуктов страхования жизни в странах Западной и Южной Европы. Росту способствовала и нужда потребителей в средне- и долгосрочных накоплениях как субститутах программ пенсионного обеспечения.

В России же в большей степени развита практика, при которой страховые компании используют банки (их офисы и другие ресурсы) для продажи страховых услуг. Эта сторона сотрудничества уже достаточно развита, однако отечественные банки редко используют агентскую сеть страховых организаций: такое сотрудничество носит сегодня «разведывательный» характер. Банки пока не научились эффективно использовать агентские сети страховых компаний для продажи своих продуктов: кредитов, пластиковых карт, депозитных продуктов и др. И это может быть вектором для обоих.

Сложившаяся российская практика позволяет говорить о банковском страховании как о способе организации продаж страховых продуктов на территории банка (с использованием торговой сети банка), предлагающем потенциальному клиенту какой-либо продукт страхования без обращения в страховую компанию.

Глобальная практика банкострахования (*bancassurance*) — это полное взаимопроникновение банка и страховой компании в деятельность друг друга: и интеграция информационных систем, и обмен клиентскими базами, и построение одинаковых бизнес-процессов взаимодействия, как структурных подразделений, так и собственно страховой компании и банка между собой.

Реализация подхода кросс-продаж банковских и страховых продуктов, по мнению член-корреспондента РАЕН А. Цыганова, предполагает построение системы продаж в нескольких вариантах: «предоставление страховых продуктов через банки (*Bancassurance*), банковских продуктов через страховые компании (*Assurbanking*), банковских и страховых услуг через торговые и иные организации (рис. 1). О развитии технологий *Bancassurance* в мире и в России можно

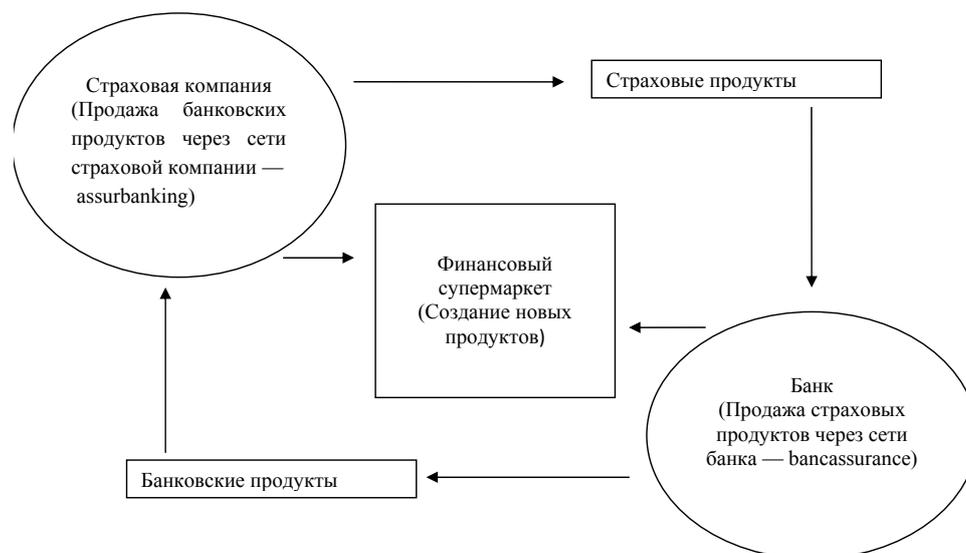


Рис 1. Построение системы кросс-продаж  
Источник: составлен авторами

говорить как о сложившемся явлении, предполагающем реализацию через банки несложных в андеррайтинге стандартизированных страховых продуктов, таких как полисы накопительного страхования жизни, договоры страхования от несчастных случаев, ОСАГО и т. п. В то же время продвижение банковских продуктов посредством сбытовых структур страховых компаний намного менее развито, даже сам термин Assurbanking пока еще не является общепризнанным. Существует практика оформления пластиковых карт в офисе страховой компании под предлогом облегчения получения страховых возмещений, предоставления страховых услуг в кредит, а также распространения информации о потребительских кредитах через агентов и иные каналы дистрибуции страховых продуктов» [11].

Банкострахование является новой организационно-функциональной конструкцией на современном финансовом рынке. К интерпретации термина можно подойти с двух точек зрения. С институциональной — это способ организации сотрудничества между банками и страховыми компаниями. С функциональной — это организация системы перекрестных продаж банковских и страховых продуктов через одну точку продаж, в основном через сеть банковских филиалов и отделений банка [4].

«Банкострахование — это сегодня один из наиболее перспективных сегментов финансового рынка, — говорит руководитель управления по работе с банками Московского регионального центра «АльфаСтрахование» И. Ланцов. — Высокая конкуренция в этой сфере заставляет искать возможности для совершенствования сервиса и разрабатывать новые востребованные услуги. Внедрение технологий удаленного обслуживания позволяет привлечь наиболее

активную аудиторию потребителей. Комфорт, оперативность и доступность онлайн-сервисов сделают этот канал одним из драйверов развития банкострахования» [5].

Как бизнес-модель, по мнению авторов, банкострахование позволяет использовать все возможные точки контакта с клиентом для того, чтобы предлагать страховые продукты, необходимые именно этому клиенту именно в это время.

В мировой практике валютно-кредитных отношений сложились формы устойчивой интеграции банков и страховщиков, необходимость которой определяется:

- общемировой тенденцией конвергенции (взаимопроникновения) видов финансовых услуг с целью создания более благоприятных условий для потребителей;
- концентрацией финансового капитала и образованием финансовых конгломератов — участников рынка, деятельность которых осуществляется не менее чем на два из пяти возможных сегментов: кредитные и депозитные операции, а также расчетно-кассовые услуги; страхование; корпоративные финансы, подписка и размещение ценных бумаг; доверительное управление, обслуживание инвестиционных фондов или консультирование; розничные инвестиционные услуги;
- необходимостью для банков страховать собственные риски и риски своих клиентов (ссудополучателей, вкладчиков по депозитам и т. д.).

В российской практике чаще всего применяется модель банкострахования в форме соглашения о распространении. При этом банк и страховая компания сотрудничают в рамках распространения своих продуктов — страховых продуктов через банковскую сеть или кредитов клиентам страховщика через его агентскую сеть. К преимуществам данной модели банкострахования можно отнести возможность быстро приступить к осуществлению операций, а также то, что для этого не требуется больших капиталовложений. Основные недостатки — недостаточная гибкость для запуска новых продуктов и сильные различия в корпоративной культуре страховой компании и банка.

В 2015 г. наиболее перспективными каналами продаж, по мнению экспертов, считались банковский канал продаж (35%) и direct insurance (33%). По прогнозам на 2016 г. наибольшие темпы прироста взносов в ближайшие три года покажет последний — 52%, и только 27% респондентов отдали свои голоса за банковский канал продаж (на 8 п.п. ниже, чем годом ранее) (рис. 2).

В России, как и во многих странах мира, доля банковских продаж страхования жизни превышает 60-70%. Это связано с тем, что кредитное страхование жизни и здоровья заемщиков развито практически повсеместно. Более того, клиенты хотят получать через банки комплексное обслуживание в режиме финансового супермаркета. И, наконец-то, себестоимость агентских продаж в расчете на одного клиента сегодня существенно выше, чем банковских.

С 2010 по 2014 гг. рынок банкострахования показывал значительный рост в общем объеме страхового рынка, однако, по прогнозам, в 2015 г. его доля

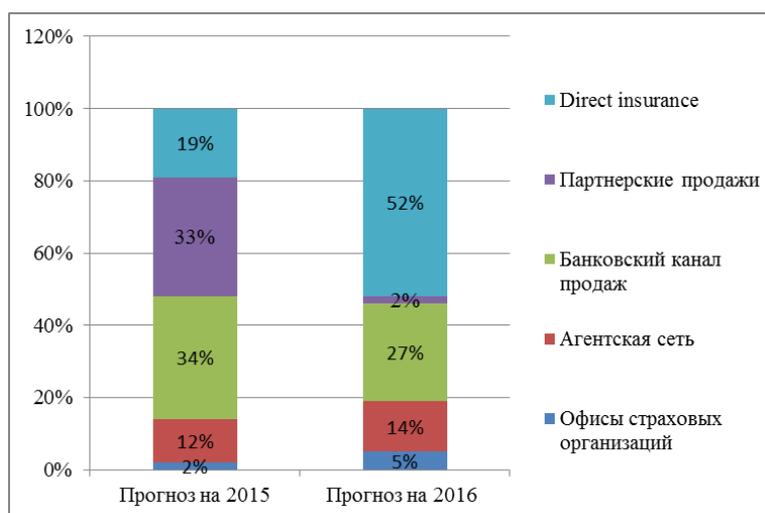


Рис. 2. Каналы продаж страховых продуктов  
Источник: составлен авторами на основе данных [9]

уменьшится, что связано, в первую очередь, с сокращением кредитования физических и юридических лиц, предоставления ипотечных кредитов (рис. 3).

Рынок банкострахования в 2015 г. должен составить 214 млрд руб. Увеличение доли некредитного страхования в структуре банкострахования нивелировало сокращение розничного страхования, связанного с кредитованием. При этом объемы кредитования, по мнению экспертов, в 2015 г. сократятся на 12%.

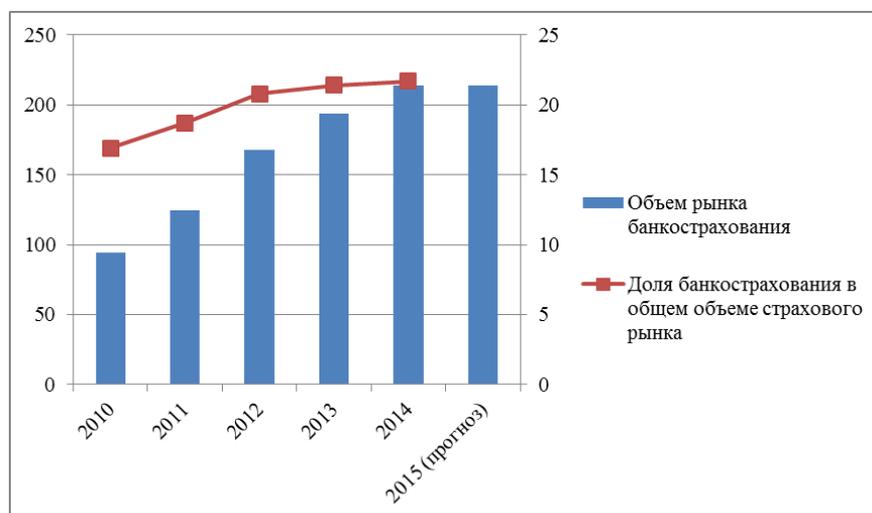


Рис. 3. Динамика объема рынка банкострахования и его доли в общем объеме страхового рынка  
Источник: составлен авторами на основе данных [10]

По предварительным оценкам, розничное страхование, не связанное с кредитованием, должно увеличиться на 40% — с 58 млрд руб. за 2014 г. до 81 млрд руб. за 2015-й, а его доля в структуре банкострахования увеличится с 27,1% до 37,9%. Страхование банковских рисков увеличилось на 5,0% за 2015 г. (табл. 1).

Снижение комиссионного вознаграждения в кредитном страховании в совокупности с замедлением темпов роста потребительского кредитования приводит к тому, что рост доходов от этого направления банкострахования прекращается, а банки будут вынуждены искать новые источники роста. Снижение темпов роста кредитного страхования может быть связано и с техническими причинами, когда происходит изменение схемы взаимодействия страховой компании и банка по кредитному страхованию — переход с агентской схемы на коллективную и наоборот, что и находит отражение в объемах поступлений.

Кредитное страхование, бывшее долгое время драйвером рынка, имеет не очень благоприятный прогноз: падать в абсолютных величинах оно, может быть, и не начнет, но расти прежними темпами уже не будет. Вероятен и сценарий, при котором в 2015-2017 гг. оно сохранит объемы текущего года, при этом его доля продолжит снижаться. В то же время остальные направления работы по страхованию жизни, напротив, будут активно развиваться. Так, быстрый рост сегмента страхования жизни (в течение последних 4 лет — на 45-60%) во многом обеспечивался продажами в банковском канале [1].

Таблица 1

## Структура рынка банкострахования

Вид банкострахования	2014			2015 (прогноз)		
	Взносы, млрд руб.	Уд. вес, %	Рост, %	Взносы, млрд руб.	Уд. вес, %	Рост, %
Розничное страхование, связанное с кредитованием	131,0	61,1	92,0	107,0	50,0	82,0
Розничное страхование клиентов банков, не связанное с кредитованием	58,0	27,1	217,0	81,0	37,9	140,0
Страхование юридических лиц через банки	15,0	6,9	91,3	15,0	7,0	100,0
Страхование рисков банков	10,5	4,9	126	11,0	5,1	105,0
Всего	214,2	100,0	111,0	214,0	100,0	99,9

Источник: составлена авторами на основе данных [10]

Новыми источниками доходов для банков должны стать страховые продукты, предлагаемые банками своим клиентам, а также новые методы их дистрибуции. Это, прежде всего, простые недорогие «коробочные» программы страхования от несчастных случаев и болезней, страхование выезжающих за рубеж и прочие, предлагаемые как в отделениях банка (через прилавок), так и по удаленным каналам (телефон, Интернет). Другим перспективным направлением могут стать долгосрочные накопительные и пенсионные программы, предлагаемые массовому сегменту в банковских отделениях или специально обученными агентами/менеджерами банка [2].

В настоящий момент идет активное увеличение объемов рискованного страхования, что связано с разработкой коробочных решений для массового сегмента. В силу невысокого размера средней премии по таким продуктам, рискованное страхование будет уступать другим сегментам в абсолютных объемах, но по количеству клиентов, возможно, превысит кредитное страхование.

Общей проблемой в банкостраховании является навязывание страховых услуг при приобретении банковских продуктов. Банк России признает, что такая проблема стала особенно актуальной несколько лет назад в период бума потребительского кредитования. Нередко при оформлении кредита граждане даже не знали, что одновременно получают и услугу по страхованию. В большом пакете документов разобраться было нелегко, а стоимость страховки включалась в сумму кредита. В других случаях приобретение страховых услуг становилось обязательным условием заключения кредитного договора.

Банк России, противодействуя «принудительным» продажам, реализовал превентивную меру, введя «период охлаждения» — срок, в течение которого гражданин сможет расторгнуть договор добровольного страхования. Он предусмотрен указанием «О минимальных (стандартных) требованиях к условиям и порядку осуществления отдельных видов добровольного страхования», согласно которому гражданин, расторгнувший договор, получит возможность в определенном порядке вернуть себе уплаченную страховую премию. Под действие введенной регулятором нормы подпадает, в частности, добровольное медицинское страхование (ДМС), страхование жизни, жилья, финансовых рисков гражданина, добровольное страхование ответственности автовладельцев (ДСАГО) и проч. Предложенная новация не распространяется на добровольное медицинское страхование иностранцев, которые работают в России.

До введения «периода охлаждения» по Гражданскому кодексу гражданин был вправе отказаться от договора страхования в любое время, но при этом страховая премия не подлежала возврату, если договором не предусматривалось иное. Таким образом, возврат уплаченных за страховку средств зависел от условий страхования в конкретной компании.

При отказе от страховки в «период охлаждения» страховая организация будет обязана вернуть заплаченные за полис деньги в полном объеме, если договор страхования не вступил в силу. Если же договор начал действовать, то

страховщик будет вправе удержать при возврате средств часть премии, пропорциональную количеству дней, прошедших с начала действия договора.

«Необходимость введения «периода охлаждения» связана со сложившейся на страховом рынке негативной практикой навязывания физическим лицам договоров добровольного страхования, в заключении которых они не заинтересованы, в том числе при получении страховых или банковских услуг», — комментирует директор департамента страхового рынка ЦБ И. Жук. Введение «периода охлаждения» позволит потребителям отказаться от навязанной или невыгодной страховой услуги без предъявления специальных требований или прохождения специальной административной или судебной процедуры [3].

Президент Всероссийского союза страховщиков и Российского союза автостраховщиков И. Юргенс считает, что введение в страховое законодательство понятия «период охлаждения» является нецелесообразным, данный вопрос должен регулироваться страховщиками самостоятельно, в том числе в рамках Всероссийского союза страховщиков (ВСС) как профессионального объединения страховщиков через выработку соответствующих рекомендаций и стандартов страхования. Введение «периода охлаждения», сделает розничное страхование непривлекательным и лишенным экономического смысла для страховщиков, что усугубит ситуацию на рынке страхования. При заключении договора страховщик несет расходы независимо от срока его действия. Основные из них возникают у него в момент заключения договора — это расходы, связанные с оценкой риска, выдачей полиса и различных бланков, прилагаемых к нему, расходов по оплате комиссии агентам и других расходов, которые фактически входят в состав премии. Таким образом, возврат страховой премии приведет к финансовым убыткам страховщика, поскольку компенсация этих расходов не предполагается [7].

Топ-менеджмент страховщиков предполагает и варианты мошенничества со стороны покупателей. Вполне возможны ситуации, в которых клиент по собственной воле сначала хочет приобрести полис добровольного страхования, а затем решает расторгнуть договор. Возможно, в таких случаях при расторжении договоров премия должна возвращаться не только пропорционально сроку, в течение которого действовал договор, но и за вычетом расходов страховщика на ведение дел [6]. Возникают и вполне оправданные финансовые опасения — введение периода охлаждения повысит издержки страховых компаний, что может негативно отразиться на тарифах. В современных экономических обстоятельствах — спад покупательной способности страхователей — рост тарифов приведет к окончательному угнетению страхового рынка. И это прекрасно понятно страховщикам. А значит продажи будут, скорее всего, по доступным ценам и в ущерб экономической целесообразности. Т. е. с высокой степенью вероятности можно говорить об ущемлении финансовых интересов еще одного участника рынка — государства. Речь, прежде всего, о налогах как о фискальных обязательствах и банков, и страховщиков.

Как и многие институты, банкострахование претерпевает изменения: зоной роста становится некредитное страхование, трансформируются каналы продаж, усиливается позиция страховщиков как участников симбиоза [8]. Банки становятся зависимы от комиссионных доходов, которыми несколько лет назад пренебрегали. На новом этапе развития, корректируемом ЦБ РФ, более трудоемким, квалифицированным и клиентоориентированным станет подход банка и страховщика к реализации бизнеса.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреева Н. Жизнь без поддержки / Н. Андреева // Реальный бизнес. 2014. № 9. С. 110-118.
2. Банкострахование — кредитное или некредитное? Страхование сегодня. Мнения. 2014. URL: <http://www.insur-info.ru/opinions/12/>
3. Баязитова А. Минюст отказал в «периоде охлаждения» по страховым полисам. Известия. 2016. URL: <http://izvestia.ru/news/602132>
4. Донецкова О. Ю. Банкострахование: учебное пособие / О. Ю. Донецкова, Е. А. Помогаева. М.: Директ-Медиа, 2013. 84 с.
5. Евпланов А. Взял кредит — плати за полис / А. Евпланов // Российская Бизнес-газета. 2013. № 901.
6. Каверина М. Пять дней на возврат полиса / М. Каверина // Ведомости. 2015. № 3925.
7. Кривошапко Ю. Россиян избавят от «нагрузки» при покупке полиса ОСАГО / Ю. Кривошапко // Российская газета. 2015. № 6672.
8. Мазаева М. Симбиоз банков и страховщиков как необходимость в современных экономических условиях / Т. А. Третьякова, М. В. Мазаева // Финансы и кредит. 2015. № 8. С. 41-45
9. Результаты опроса страховых компаний на форуме «Будущее страхового рынка»: повысить надежность. РА Эксперт. Исследования. 2015. URL: [http://raexpert.ru/researches/insurance/bsr\\_opros\\_2015/](http://raexpert.ru/researches/insurance/bsr_opros_2015/)
10. Рынок банкострахования в 2014 году: некредитный рост. РА Эксперт. Исследования. 2015. URL: [http://raexpert.ru/ratings/insurance\\_rank/bancassurance\\_2014/](http://raexpert.ru/ratings/insurance_rank/bancassurance_2014/)
11. Цыганов А. Банки и страховые компании: кросс-продажи. Из выступления на круглом столе «Банки и страховые компании: партнерство и бизнес. 10.11.2005. URL: <http://bosfera.ru/bo/banki-i-strahovye-kompanii-kross-prodazhi>

**Marina V. MAZAEVA<sup>1</sup>**  
**Elena N. IVANOVA<sup>2</sup>**  
**Yuliya S. KUDEL'SKAYA<sup>3</sup>**

## **BANCASSURANCE'S TRENDS IN RUSSIA: NEW CHALLENGES**

- <sup>1</sup> Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor at the Department of Finance, Monetary Circulation and Credit, Financial-economic Institute, Tyumen State University  
mvmazaeva@utmn.ru
- <sup>2</sup> 2<sup>nd</sup> year Master's Degree Student of Banks and Banking Educational Program, Financial-economic Institute, Tyumen State University  
fin@utmn.ru
- <sup>3</sup> 2<sup>nd</sup> year Master's Degree Student of Banks and Banking Educational Program, Financial-economic Institute, Tyumen State University  
fin@utmn.ru

### **Abstract**

In global practice, bancassurance is a complete interpenetration of banks and insurance companies in all kinds of their activities: integration of information systems, client base exchange, identical interaction business processes. According to the current Russian practice, bancassurance is a new way of selling insurance products at a bank's location, offering a potential customer any insurance product without visiting an insurance company. But at this moment bancassurance is changing: non-credit insurance is a driver of growth, sales channels are being transformed, and the role of insurance companies is increasing.

### **Keywords**

Bancassurance, bank, insurance company, insurance product, cross selling.

**DOI: 10.21684/2411-7897-2016-2-1-179-189**

---

**Citation:** Mazaeva M. V., Ivanova E. N. and Kudelskaya Yu. S. (2016), Bancassurance's trends in Russia: new challenges, Tyumen State University Herald. Social-economic and Legal Research, vol. 2, no 1. DOI: 10.21684/2411-7897-2016-2-1-179-189

---

**REFERENCES**

1. Andreeva N. (2014), Zhizn bez podderzhki [Life without Support], Realnyy biznes [Real Business], no 9, pp. 110-118 (in Russian).
2. Bankostrahovanie-kreditnoe ili nekreditnoe? Strahovanie segodnya. Mneniya [Bancassurance: Credit or Non-credit? Insurance Today. Opinions] (2014), available at: <http://www.insur-info.ru/opinions/12/> (in Russian).
3. Bayazitova A. (2016), Minyust otkazal v "periode ohlazhdeniya" po strahovym polisam [The Ministry of Justice Rejected the "Cooling Period" of the Insurance Policies], Izvestiya, available at: <http://izvestia.ru/news/602132> (in Russian).
4. Donetskova O. Yu., and Pomogaeva E. A. (2013), Bankostrahovanie [Bancassurance], Direkt-Media, Moscow (in Russian).
5. Evplanov A. (2013), Vzyal kredit-plati za polis [Take a Credit and Pay for the Insurance], Rossiyskaya Biznes-gazeta [Russian Business Newspaper], no 901 (in Russian).
6. Kaverina M. (2015), Pyat dney na vozvrat polisa [Five Days to Refund Policy], Vedomosti, no 3925 (in Russian).
7. Krivoshepko Yu. (2015), Rossiyan izbavyat ot "nagruzki" pri pokupke polisa OSAGO [Russians Get Rid of "Burden" When Buying MTPL Policy], Rossiyskaya gazeta, no 6672 (in Russian).
8. Mazaeva M. and Tretyakova T. (2015), Simbioz bankov i strahovschikov kak neobhodimost v sovremennykh ekonomicheskikh usloviyakh [Banks and Insurers Symbiosis as a Necessity in Today's Economy], Finansy i kredit [Finance and Credit], no 8, pp. 41-45 (in Russian).
9. Rezultaty oprosa strahovykh kompaniy na forume "Budushee strahovogo rynka": povysit nadezhnost [The Results of the Survey of Insurance Companies at "The Future of the Insurance Market. To Improve the Reliability Forum] (2015), RA Ekspert. Issledovaniya [Expert Russian Agency. Research], available at: [http://raexpert.ru/researches/insurance/bsr\\_opros\\_2015/](http://raexpert.ru/researches/insurance/bsr_opros_2015/) (in Russian).
10. Rynok bankostrahovaniya v 2014 godu: nekreditnyy rost [Bancassurance Market in 2014. Growth of Non-credit] (2015), RA Ekspert. Issledovaniya [Expert Russian Agency. Research], available at: [http://raexpert.ru/ratings/insurance\\_rank/bancassurance\\_2014/](http://raexpert.ru/ratings/insurance_rank/bancassurance_2014/) (in Russian)
11. Tsyganov A. (2005), Banki i strahovye kompanii: kross-prodazhi. Iz vystupleniya na kruglom stole "Banki i strahovye kompanii: partnerstvo i biznes" [Banks and Insurance Companies. Cross-selling. From the Speech at "The Banks and Insurance Companies. Partnership and Business" Round Table], available at: <http://bosfera.ru/bo/banki-i-strahovye-kompanii-kross-prodazhi> (in Russian).