

Черкасский институт банковского дела Университета
банковского дела Национального банка Украины, tkachenko_n@list.ru

Многолетний опыт показывает, что при любой экономической конъюнктуре наибольшие шансы на успех имеют достаточно крупные и, вместе с тем, гибкие предприятия и компании. Успешные компании, независимо от сектора экономики, в котором они функционируют, стремятся к расширению и охвату новых, как в географическом, так и в отраслевом плане рынков. При этом, для успешной работы они вынуждены, в зависимости от изменения потребностей клиентов, постоянно изменять спектр предлагаемых продукции и услуг, что характерно не только для производственного сектора экономики, но и для сектора финансовых услуг.

В наше время из финансовых услуг клиентами наиболее востребованы услуги банков и страховых компаний. Расширение спектра финансовых продуктов, реализуемых этими финансовыми институтами, привело к тому, что они были вынуждены искать пути взаимовыгодного сотрудничества для дальнейшей диверсификации своих услуг и взаимовыгодного расширения клиентской базы. Кстати, эксперты–аналитики считают, что сотрудничество банка со страховой компанией является рентабельным уже тогда, когда прибыль банка от продажи страховых полисов составляет не менее 0,1% от его общей прибыли [1, с. 29].

В процессе экономической интеграции все заметнее становится тенденция глобализации всех сфер экономической деятельности. Увеличивающаяся конкуренция на финансовом рынке и повышенный спрос на финансовые услуги со стороны юридических и физических лиц привели к активизации сотрудничества и взаимодействию банков и страховых компаний. Не смотря на более чем 30–летнюю историю развития практики сотрудничества, аналитики считают, что оптимальная модель совместного банковско–страхового бизнеса сейчас ещё не выработана.

Именно поэтому для украинского страхового рынка крайне интересными на сегодня являются исследование и обобщение опыта осуществления банковско–страховых услуг за рубежом.

Освоение пакетов банковско–страховых услуг позволит отечественным банкам и страховым компаниям, в условиях интеграции банковского и страхового бизнесов, усиливающейся конкуренции на рынке этих услуг охватить большее количество клиентов банков за счёт предложения им новых разновидностей пакетов финансовых услуг. Таким образом, появятся новые возможности генерирования доходов, как для банков, так и для страховых компаний.

Опыт зарубежных банков свидетельствует, что сегодня до 1/3 своей прибыли они получают от реализации страховых продуктов [2, с. 9]. В Европе в среднем каждый третий полис страхования жизни и каждый двадцатый договор рискованного страхования реализуется банковскими учреждениями. Достоверная информация о реализации банковскими учреждениями Украины страховых полисов отечественных компаний отсутствует. Известно лишь то, что ещё недавно она была весьма незначительной сравнительно с другими каналами их сбыта.

Возникновение практики продвижения страховых услуг банками приходится на середину 1980–х годов, когда в Великобритании услуги страхования стали продаваться через отделения банков [3, с. 10]. В настоящее время между страховыми компаниями и банками складываются все более тесные взаимоотношения, основанные как на партнерстве, так и на конкуренции. Основу взаимодействия страховых компаний и банковских учреждений определяют экономические отношения, связанные с привлечением и использованием денежных доходов свободных средств населения и предприятий, а также функции, выполняемые исследуемыми институтами [4, с. 18].

В последнее время в деятельности зарубежных банков и страховых компаний все большее признание находит концепция «финансового супермаркета». Первые финансовые супермаркеты появились в Европе в 70–80–х годах прошлого столетия, а в США и Японии – в конце 1990–х годов. Они создавались на основе интеграции услуг, которые в области банковской и страховой деятельности ранее предоставлялись раздельно. Такие объединения в Европе получили название Bancassurance.

Идея создания финансового супермаркета имеет два главных аспекта: во–первых, это предоставление потребителю широкого комплекса высококачественных услуг; во–вторых, – у покупателя появляется возможность свободного выбора финансовых, в том числе и мультиатрибутивных

услуг. В наше время финансовые супермаркеты получили наибольшее развитие в странах Бенилюкс, Южной Европе, США, Японии.

В высокоразвитых странах финансовые супермаркеты создаются банками и страховыми компаниями, с целью увеличения прибыльности участников, достигаемой путем максимального удовлетворения потребностей клиентов. В Украине чаще всего инициатором создания финансовых супермаркетов выступают банки, планирующие в перспективе создание или покупку собственных (кептивных) страховых компаний, например, ВАТ «Кредобанк». Если создание финансового супермаркета инициирует страховщик, то в дальнейшем его усилия направляются на поиск возможностей обзавестись собственным банком. Примером могут служить, страховая компания «ТАС», страховая компания «Универсальная».

В то же время следует подчеркнуть, что совместная продажа услуг банками и страховщиками, – это, по сути своей, скорее минимаркет, нежели полноценный финансовый супермаркет, где потребителю могли бы предложить помимо банковских и страховых услуг ещё и услуги негосударственного пенсионного фонда, лизинговой, финансовой, юридической или консалтинговой компании и т.п.

При создании финансовых супермаркетов необходимо также обратить внимание на то, что за рубежом объединяются, как правило, лидеры в своих секторах рынка (например, Citibank (лидер банковского рынка) слился с Travellers Group (лидер страхового и консалтингового рынков)). При объединении таких мощных партнёров, наблюдается эффект синергии успешных брэндов, обусловленный слиянием лучших составляющих бизнеса сторон. Несомненно, предполагаемый синергетический эффект от объединения лидеров банкинга и страхования, служит одним из весьма важных мотивов создания финансовых супермаркетов.

В тоже время, как и любое экономическое явление, финансовые супермаркеты не лишены отдельных недостатков.

В каждом конкретном случае успех проекта Bancassurance зависит непосредственно от уровня автоматизации бизнес–процессов в банке, при этом страховщик вступающий в партнёрские отношения с банком должен владеть определённым перечнем страховых услуг и технологий. Наиболее важные из них перечислены ниже:

- простые страховые услуги, легко формирующиеся в пакеты услуг для розничных потребителей и/или в наборы банковских услуг;
- автоматизированные технологии оформления страховых полисов и/или договоров страхования, которыми страховщик должен владеть и передать их банку, а банк должен их внедрить в свою работу;
- большой опыт реинжиниринга бизнес–процессов, то есть банковский страховщик должен отвечать всем требованиям клиентоориентированной компании.

Учитывая изложенное выше, считаем, что главными причинами повышенной взаимной заинтересованности страховых компаний и банков, которые приводят к их всё более тесному сотрудничеству являются:

- 1) возможность существенно расширить клиентскую базу, поскольку и страховщики, и банки обслуживают значительное количество клиентов;
- 2) необходимость проникновения на новые рынки и обеспечение эффективного использования системы филиалов и избыточных мощностей партнёра, минимизация конкуренции;
- 3) диверсификация капитала, повышение нормы прибыльности инвестиционных ресурсов. Ведь сфера страхования — одна из наиболее динамично развивающихся ведущих отраслей мировой экономики. Кроме того, она имеет в своём распоряжении значительные инвестиционные ресурсы, которыми, для инвестирования экономики, могут пользоваться как страховщики, так и обслуживающие их банки;
- 4) необходимость аккумуляции всех денежных потоков в одной системе. Как правило, каждый банк платит страховым компаниям значительные суммы для обеспечения обязательного и/или добровольного страхования своих рисков. В связи с этим, материнские страховые компании для минимизации имущественных, кредитных и финансовых рисков, а также затрат на страхование создают дочерние страховые компании, занимающиеся эффективным разрешением вопросов связанных со страхованием рисков банковской деятельности;
- 5) возможность одновременного предоставления полного спектра банковских и страховых услуг.

Анализируя современную ситуацию на финансовом рынке можно выделить общие для банков и страховых компаний проблемы в построении эффективного сотрудничества:

- 1) недостаточная квалификация персонала филиалов, не отвечающая уровню технологизации сотрудничества;
- 2) недостаточное технологическое развитие части филиалов вследствие интенсивного роста филиальной сети;
- 3) непрозрачные критерии выбора партнеров филиалами банка и страховщика;
- 4) недобросовестная конкуренция в филиалах партнёров.

Подводя итог, считаем необходимым, подчеркнуть, что в настоящее время развитие финансового сектора украинской экономики характеризуется явно выраженной тенденцией взаимного проникновения различных структур финансового бизнеса. Конвергенция страховых компаний и банков отражает процесс интеграции и аккумуляции внутренних инвестиционных ресурсов, способствующий повышению устойчивости украинской экономики.

В условиях тесных партнёрских отношений, сотрудничество банков и страховых компаний положительно сказывается на их деятельности, имеет перспективы дальнейшего развития и расширения. Банки, передавая собственные риски страховщикам, обеспечивают себе дополнительные гарантии устойчивости и модифицируют собственные продукты, делая их более гибкими или привлекательными для клиентов. В свою очередь страховые компании – не только осуществляют свои инновационные технологии, адаптируя страховые продукты для совместной продажи, но и получают фактический доступ к широкой клиентской базе банков, что способствует развитию их бизнеса, а также привлечению клиентов разнообразным видам страхования.

Литература:

1. Реверчук, С.К. Фінансовий супермаркет – перспективна форма розвитку ринку фінансових послуг / С.К. Реверчук, Л.Г. Кльоба // Інвестиції: практика та досвід. – 2006. – №13. – С. 28–30.
2. Bancassurance: продукти, технології та системи мотивації // Фінансовий ринок України. – 2007. – №11. – С. 9–10.
3. Яцентюк, О.Н. Особенности банковского страхования: мировой опыт и российские реалии / О.Н. Яцентюк // Страховое дело. – 2006. – №2. – С. 9–16.
4. Кожевникова, И.Н. Взаимоотношения страховых организаций и банков / И.Н. Кожевникова. – М.: Анкил, 2005. – 112 с.