



*Землячова Ольга Андріївна,  
асистент кафедри банківської справи*

336.777

### **ВЗАЄМОДІЯ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ ЗІ СТРАХОВИМИ КОМПАНІЯМИ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ**

Процеси інтеграції, що відбуваються нині у фінансовій та економічній сферах, зачіпають усіх суб'єктів ринку, у тому числі банки і страхові компанії. Фінансовий ринок стає усе більш конкурентним, що вимагає від його учасників пошуку нових форм і методів роботи, сприяючих отриманню конкурентних переваг. Так, для країн Західної Європи найбільш характерним прикладом об'єднання фінансових установ стала спільна діяльність банків і страхових компаній. Ці процеси починають активізуватися й в Україні, що обумовлює актуальність теми дослідження.

Вивченням інтеграційних процесів банківського та страхового бізнесу займалися і займаються багато вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема Я.Родякин [1], Є.С. Хесин [2], Кюнрейтер Говард [3] та інші. Але ці дослідження потребують подальшого поглиблення, оскільки невирішеним залишається питання обґрунтованості інтеграції банків та страхових компаній, її сильних та слабких сторін.

Метою статті є здійснення аналізу взаємодії комерційних банків із страховими компаніями на ринку фінансових послуг.

Страховий ринок України розвивається досить швидкими темпами, хоча невирішеною залишається проблема капіталізації страховиків. Основним наслідком відкриття кордонів фінансового ринку для України є поява на страховому ринку великого числа іноземних конкурентів, які перевищують національних як за фінансовою потужністю, так і за спектром послуг, що надаються, якістю сервісу, а також зростанням фінансової культури і підвищенням вимог до фінансового сектора з боку фізичних і юридичних осіб. Страховий сектор дуже чутливо відноситься до конкуренції, оскільки поліпшений сервіс, фірмовий образ, маркетингові заходи - усе це легко повторюється конкурентами і, з часом, призводить до ще гострішої конкуренції і зниження маржі.

Стратегічним виходом є охоплення традиційними послугами нових клієнтів з неохоплених раніше секторів, регіонів, ніш. Це диктує необхідність нарощування кількості філій в регіонах, ускладнення мережевої структури, що вимагає значних капітальних витрат.

Логічним рішенням цих проблем є концентрація капіталу шляхом утворення нових об'єднань. Консолідація страхових компаній розв'яже проблему капіталізації, але при цьому можлива відсутність диверсифікації ризику, додаткові витрати на перереєстрацію і ліцензування. Для досягнення конкурентних переваг страховим компаніям необхідно не лише підвищувати фінансову стійкість, але й розширювати спектр пропонованих послуг, оскільки чим більше послуг клієнт споживає в одній фінансовій установі, чим менше вірогідність того, що клієнт змінить інститут. Наприклад, вірогідність відмови споживача від послуг банку, якщо він отримує повний спектр фінансових послуг (поточний, депозитний рахунок та ін.), складає 1% [1, с.15].

Тому найбільш часті приклади концентрації фінансових потоків спостерігаються серед банків і страховиків, оскільки тільки страховий капітал може конкурувати з банківським.

Окрім названих причин стимуляторами наближення страхової сфери до банківської є: розгалужена мережа банківських установ; довіра до банків, яка традиційно підтримується в суспільстві; знання майнової і фінансової ситуації клієнта; досвід банків у сфері інвестування; зростання ролі товариств взаємного страхування, і втрата позицій на ринку акціонерними страховими установами; висока інформованість банку у фінансових справах своїх клієнтів дає можливість змінити епізодичний продаж страхових послуг більш досконалішими методами їх просування.

Істотним стимулом для банків в цій діяльності є зміна інвестиційних переваг сучасного споживача фінансових послуг. Для середньострокових і довгострокових інвестицій характерна тенденція відмови від депонування коштів і переходу до страхових продуктів і взаємних фондів, де

величина повернених коштів частіше вище, ніж при використанні традиційного депозитного рахунку.

Ще однією причиною, яка підштовхує банкірів і страховиків до диверсифікації пропонованих продуктів, є сприятлива податкова політика відносно страхування життя, оскільки держава стимулює бажання населення робити заощадження упродовж життя, чим можна частково зняти вантаж соціальних виплат з державного бюджету.

Завдяки наявним фінансовим перевагам банки можуть запропонувати своїм клієнтам вигідніші страхові тарифи. Також клієнти банків, виступаючи в ролі страхувальника, отримають переваги при відкритті ним банками кредитних ліній, наданні позик. Таким чином, входження банків в страховий бізнес приведе до ряду нових явищ: загострення суперництва, пов'язане з цим, піде на користь клієнтам (цінова політика, підвищення сервісу); банки можуть тісніше прив'язати до себе клієнтуру з точки зору того, що страхові продукти ощадного плану, як правило, довгострокові; ця ситуація вимагає розвинутого рівня партнерства.

Однак позитивне трактування розвитку співпраці між банками та страховими компаніями не є загально визнаним. Так, відомий радянський економіст Є.С. Хесин, що аналізував динамічний розвиток страхових компаній, заперечував твердження зарубіжних економістів, які бачили велику зацікавленість західних банків в консолідації із страховиками, ніж страховиків. [2, с.18]. Доказом цього є динаміка розподілу клієнтських секторів між банками і страховиками, які упродовж 1960-1987 рр. змінилися на користь останніх (з 37% до 58%). Банки поступилися домінуючим положенням на фінансовому ринку страховим компаніям.

Фахівці висувають перелік контраргументів консолідації, у тому числі: обслуговування під девізом "з одних рук" іноді не виконується із-за безлічі законодавчих обмежень; збільшення кількості веде до погіршення якості; банки і страхові компанії не можуть бути між собою тісно пов'язані, оскільки спільний грошовий обіг буде поганою сполучною ланкою; успішна орієнтація на потреби споживача може бути досягнута тільки за умови швидкого реагування на його потреби, що складно при широкому спектрі послуг і т.д. [3, с.26].

Як невдалий приклад конвергенції фінансових послуг в Росії можна навести наступний. За повідомленням газети "Відомості" група МДМ продала свій 40%-й пакет акцій страхової компанії "РЕСО-гарантія", пояснюючи це розчаруванням в ідеї об'єднання банківського і страхового бізнесу. Проте ідея об'єднання з точки зору страхової компанії мала повне право на існування, і, незабаром, страхове суспільство "РЕСО-гарантія" оголосила про намір вступити в активну взаємодію з іншою найбільшою кредитною установою - Російським сільгоспбанком, який має 54 регіональних філій і майже 100 офісів в Росії. У свою чергу "РЕСО-гарантія" володіє більше 100 філіями [4].

У такій ситуації з одного боку можна довантажити свою власну мережу послугами партнера і, відповідно, понизити питомі витрати за рахунок додаткового прибутку. З іншого боку, різко збільшується територія продажів власних продуктів без значних початкових витрат. По-третє, помітно знижуються ризики, які супроводжують розширення бізнесу, що добре проілюстрував приклад "РЕСО-гарантія" і МДМ - банку в Росії. Якщо результат негативний, завжди можна пошукати іншого партнера. Врешті-решт, при такій співпраці отримується колосальний маркетинговий досвід, а власна мережа перетворюється на універсальний інструмент продажів фінансових послуг.

Тільки той, хто пропонує комплексне рішення проблем, а не окремих продуктів, зможе сьогодні успішно протистояти на ринку фінансових послуг. В основі такої конкуренції лежить принцип орієнтації продавців фінансових послуг на базові потреби споживачів.

Систематизуючи усе вищевикладене, проведемо SWOT-аналіз процесів консолідації банківського і страхового бізнесу (S (Strong) - сильні сторони, W (Weak) - слабкі сторони, O (Opportunities) - можливості, T (Threats) - погрози).

Слабкими сторонами є:

додаткові витрати на навчання персоналу;

при розширенні спектру послуг, що надаються, для страхової компанії виникає необхідність отримання нових ліцензій, які пов'язані з додатковими витратами;

міцність страхової компанії не співвідноситься з банком, що сприяє виникненню труднощів при переговорах щодо співпраці;

при повному злитті цих фінансових інститутів анулюються усі отримані ліцензії, виникає необхідність придбання нових;

широка індивідуалізація важко об'єднується з вимушеною стандартизацією фінансових послуг (розширення каталогу фінансових послуг або продуктів часто веде до погіршення їх якості);

диверсифікація відволікає сили структури на другорядні справи;  
труднощі і погіршення практики калькуляції цін на різні фінансові продукти;  
різні підходи банків і страховиків до визначення комерційної таємниці, які обмежують взаємний доступ до конфіденційних матеріалів, або ж їх неконтрольоване використання.

Переваги від спільної діяльності розділимо для кожного з учасників.

Сильні сторони для страхової компанії: можливість використання відомішого банківського бренду (довіра населення до українських банків вища, ніж до страхових компаній); можливість використання слабокапіталізованими страховими компаніями фінансових ресурсів банку; можливість використання кращих технологій банків (комп'ютерної техніки, програмного забезпечення, засобів охорони та ін.); використання регіональної мережі банківських установ для реалізації страхових продуктів; можливість прийняття великих ризиків; використання досвіду банків в інвестуванні; обмін інформацією з банком, отримання знання фінансового і майнового стану клієнтів; підвищення рентабельності реалізації страхового полісу; зменшення витрат на рекламу; розподіл витрат на ліцензування; взаємодія з банківською інфраструктурою, яка зазвичай потужніша, ніж у страхової компанії.

Сильні сторони для банку: можливість використання значних інвестиційних ресурсів страховиків; мінімізація витрат банку, пов'язаних з обов'язковим страхуванням; можливість зручного перерозподілу фінансових потоків; мінімізація майнових, кредитових, валютних та інших ризиків банку; збільшення фінансової стійкості клієнта за рахунок страхування фінансових ризиків; якщо банк співпрацює із страховою компанією більше, ніж один рік, при аналізі нової статистики страхова компанія пропонує знижки; великий банк не може користуватися послугами лише однієї страхової компанії; можливість, використовуючи досвід страхової компанії, створення недержавних пенсійних фондів. Спільні сильні сторони для банку і страхової компанії: єдина клієнтська база; зниження постійних витрат (зменшення управлінських витрат на бек-офіс); можливість надання клієнтам повнішого і ширшого спектру послуг; збільшення прибутків від комісійної винагороди; широкі можливості, надані маркетологам (збільшення об'єму досліджуваної вибірки); можливість підвищення ефективності продуктивності праці за рахунок більшого завантаження філіальної мережі; комплексність страхового полісу (страхова компанія - широкий спектр пропонованих послуг, банк - можливість страхувати тільки потрібні ризики, і вибирати їх самому); в порівнянні зі світовою практикою спроба об'єднання банків і страховиків набагато дешевше в Україні (вартість бренду не така висока); диверсифікація капіталу і підвищення норми прибутковості інвестиційних ресурсів.

Погрози: порушення встановлених правил і процедур кредитування в ситуації взаємного фінансування банків і страхових компаній; безгосподарне використання банком або страховою компанією коштів, отриманих ззовні; конфлікт між топ-менеджерами банків і страхових установ у сфері вирішення стратегічних питань; дисбаланс страхового портфеля, можлива концентрація ризиків по окремих видах страхування.

Можливості: перетворення в універсальний фінансовий інститут з широким спектром пропонованих послуг; затвердження на досить привабливому фінансовому секторі, пропонуючи унікальний продукт; повне охоплення своїми послугами як міст, так і сільської місцевості; можливість підвищити ефективність каналів дистрибуції своїх продуктів; вихід на якісно новий рівень страхування, використовуючи банківські інструменти розрахунків з клієнтами; можливість динамічнішого і ефективнішого управління грошовими коштами, швидке і зручне запозичення ресурсів (наприклад, на звітну дату для формування резервів).

Як видно з приведеного аналізу, вигоди від спільної діяльності переважають над недоліками, а усі погрози можна перетворити на переваги.

Для підвищення ефективності каналів дистрибуції страхових продуктів пропонуємо запровадити ряд програм.

1. Пластик-страхування (страхування ризику непогашення кредитних лімітів на картках, і будь-які додаткові види страхування).

2. Пенсійне страхування. Згідно із Законом України "Про недержавне пенсійне забезпечення", з 1 січня 2004 року банки мають право займатися пенсійним страхуванням, але банк не має ні досвіду, ні фахівців, які б могли розраховувати Програми з цього виду страхування.

3. Страхування фінансових ризиків. Страхування фінансових витрат внаслідок тимчасового припинення підприємницької діяльності (додаткове відшкодування втраченої користі). Страхові виплати розраховуються на базі представлених фінансових звітів за попередні роки.

4. "Страховий депозит". У рамках реалізації страхових послуг в банку, пропонуємо принципово нову схему добровільного майнового страхування на суму депозиту, яка не вимагає додаткових витрат від вкладника, - "Страховий депозит".

Суть її полягає в наступному. Клієнт вносить кошти на депозит. Банк автоматично на цю суму страхує його майно, або будь-які підприємницькі ризики. Сума страхового внеску не платиться вкладником одразу, а знімається після закінчення терміну дії договору з суми депозиту (або за рахунок відсотків по депозиту), а відсоток по депозиту нараховується на усю суму депозиту.

Психологічна вигода для клієнта у тому, що він сам не розлучається з грошима при платі за страховий поліс, оскільки їх перераховує банк з доходу на депозит.

7. Страхування за євро-картами. Можливість для власників, що від'їжджають за кордон, отримати кредитний ліміт по євро-карті для розрахунків при настанні страхового випадку. Тут страхова компанія може запропонувати клієнтові як страхування життя осіб, що виїжджають за кордон, медичне страхування, так і банку - страхування кредитних лімітів. Для банку в цьому випадку відсутній ризик неповернення кредиту, для клієнта - зручно розрахуватися з медичними установами за відсутності грошової готівки. Для страховика з'являється ризик некоректного використання клієнтом ліміту, тобто перевищення витрат над реальними потребами, про що страхова компанія може дізнатися надто пізно. Як превентивна міра, можливо розблокувати доступ до кредитних ресурсів після посилки факсом усіх необхідних документів страхової компанії. Тобто страховики зможуть використовувати прогресивні платіжні інструменти банку.

8. Страхування ризику втрати права власності на майно під запорукою.

9. Інтернет-страхування. Створити гумористичну, на перший погляд, сторінку під назвою "Позитив і негатив в твоєму житті". Переваги можна трансформувати в нові послуги, а після аналізу негативу, розробляти нові продукти для запобігання негативних випадків. Відвідувачі web-сторінки зможуть на живих прикладах спостерігати, які казуси сталися з іншим людьми, і як можна було попередити це (поряд з ЧП, можна розмістити рекламу відповідного страхового продукту).

10. GSM-маркетинг. Страхова компанія використовує банківську систему М - banking для реклами: розсилки інформації про нові послуги, поздоровлень і так далі.

11. Впровадження програми безкоштовного страхування при холдинговому овердрафті. Це нова банківська послуга. Для клієнтів зникає потреба в оформленні паперів, адже страхувальником виступає банк. А оскільки по цьому виду кредитування відсоток значно нижчий, ніж по звичайних, то можна підвищити його, включивши страхові платежі. Слово "безкоштовне" - теж для споживача, просто плата за страхування включається банком самостійно у відсоток по кредитуванню.

Таким чином, незважаючи на різноманітність думок відносно позитивних та негативних рис співпраці банків та страхових компаній, у результаті проведеного SWOT – аналізу виявлено, що переважають позитивні риси. В результаті дослідження консолідації банківського і страхового бізнесу виявлені нові перспективні можливості взаємодії, при яких створюється свого роду універсальний фінансовий банківсько-страховий інститут. Внаслідок інтеграції українського фінансового ринку до світового з'являється багато нових послуг, пов'язаних зі страхуванням ризику клієнтів банків, тому інтеграція банківського та страхового бізнесу неминуча.

#### Література

1. Родякин Я. Банковское страхование: особенности становления и перспективы развития / Я. Родякин // Финансы и страхование. – 2001. - №8. – С.15-19.
2. Хесин Е.С. Новая роль страховых монополий в системе финансового капитала / Е.С. Хесин. – М.: Государственное издательство «Высшая школа», 1963. – 240 с.
3. Кюнрейтер Говард. Экономический анализ стихийных бедствий: метод упорядоченного выбора / Говард Кюнрейтер. – Москва : Прогресс, 1978. – 291 с.
4. Гармаш Д. Страховые консультанты и брокеры / Д.Гармаш // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.afm.ru>

*Рецензент д.е.н., профессор С.В. Тумакова*