

## **ИССЛЕДОВАНИЕ СТРАХОВОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В СОВМЕСТНОМ БИЗНЕСЕ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ И БАНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**С. М. Макейкина**, канд. экон. наук, ст. преподаватель кафедры финансов и кредита ГОУВПО «Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва»

**А. В. Екимов**, студент 3 курса экономического факультета ГОУВПО «Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва»

*В статье предпринята попытка исследования взаимодействия страховых компаний и коммерческих банков в условиях преодоления последствий финансового кризиса. Практическая реализация совместного страхового и банковского бизнеса в посткризисный период представлена на примере Страховой Группы «УралСиб»*

**Ключевые слова:** страховая компания, коммерческий банк, интеграция банковского и страхового бизнеса, универсальный страховщик.

На сегодняшний день банковская и страховая системы в Российской Федерации находятся в стадии развития. В то же время банковская система России является более развитой, чем страховая отрасль. Активы банков превышают в разы величину активов страховой индустрии. Еще пять-шесть лет назад объемы банковского страхования были так малы, что сегмент страхования рисков банков и рисков их клиентов, связанных с банковскими услугами, не попадал в фокус внимания экспертов и аналитиков страхового рынка. Однако в последнее время этот сегмент показал значительные темпы роста и стал привлекать к себе повышенное внимание участников и исследователей финансового рынка. Развитие данного направления сотрудничества, в первую очередь вызвано тем, что предоставление кредитов связано с высокими рисками невозврата кредитов и банки стараются разрабатывать все новые и новые системы управления кредитными рисками.

В целом взаимодействие банков и страховых компаний в России имеет «молодую» историю, в частности первоначальный этап такого сотрудничества относят на начало 90-х годов прошлого века. Данный период характеризовался созданием тогда еще совсем небольших, но весьма агрессивных негосударственных страховых обществ, которые были готовы страховать что угодно и от чего угодно – лишь бы получить хоть какие-нибудь страховые взносы. В это же время только начавшие развиваться банки, осознали с какими рисками в стране с зарождающимися рыночными отношениями можно столкнуться при проведении банковских операций. Поэтому возник симбиоз банковского и страхового бизнеса, с целью решения совместных проблем.

Однако уже через несколько лет данный союз перестал существовать. Причина связана с тем, что страховщики принимали под свою ответственность кредиты в таких размерах, которые превышали их возможность выплачивать суммы по страховым случаям. После того как банки стали предъявлять требования о выплате страхового возмещения, страховщики стали отказывать в страховых выплатах. Причины своих отказов они обосновывали в различных доводах: несвоевременная уплата страхователем очередных страховых взносов, расторжения договора страхования до наступления страхового случая, нецелевое использование застрахованного кредита, несвоевременное сообщение о факте страхового случая, пролонгация застрахованного кредита без согласия страховщика, но основная причина заключалась в низкой платежеспособности страховщиков.

В докризисный период сотрудничество между страховыми компаниями и кредитными организациями носило вялотекущий характер. Это обусловлено тем, что банки и страховщики были заняты развитием собственного бизнеса. Банки бросали все силы на развитие кредитования, которое позволяло им стремительно наращивать клиентскую базу и генерировать высокую прибыль. Но в связи с финансовым кризисом, партнерам пришлось искать новые источники заработка. Современный экономический кризис заставил банки глубоко пересмотреть потребности в данном сотрудничестве.

Кроме того, в докризисный период финансово-кредитные организации активно работали над воплощением идеи создания финансового супермаркета. В результате на рынке появилось несколько крупных финансовых холдингов, которые предлагают клиентам широкий спектр услуг: банковские кредиты, вклады и карточки, паи управляющих компаний, страховые полисы и т.д. Одними из первых в формате финансового супермаркета начали работать Финансовая Корпорация (ФК) «УралСиб» и Ситибанк, затем «союз» заключили Юниаструм и «РЕСО-Гарантия», а также некоторые другие банки.

Страховая Группа (СГ) «УралСиб» является универсальным страховщиком федерального масштаба, и одним из лидеров национального страхового рынка. Компания оказывает спектр страховых услуг розничным и корпоративным клиентам. Региональная сеть компании насчитывает свыше 400 точек продаж: подразделения компании ведут работу более чем в 250 городах 71 региона России и в том числе в Республике Мордовия. Партнёрство с банковским сектором является стратегически важным для данного страховщика. Доля страховой премии собранной за счет взаимодействия кредитными организациями из общей доли составляет около 30%. Они делают ставку на взаимовыгодное и долгосрочное сотрудничество с банковскими организациями и готовы к разработке программ страхования, учитывающих пожелания и рекомендации партнеров.

Страховая группа «УралСиб» реализует следующие программы с банками-партнерами:

1. Страхование автомобилей, приобретаемых в кредит (КАСКО);
2. Ипотечное страхование объектов залога, страхование жизни и здоровья заемщиков, титульное страхование;
3. Страхование имущества юридических лиц, находящегося в залоге банка;
4. Страхование имущества физических лиц, находящегося в залоге банка: страхование залогового имущества в рамках потребительских кредитов, страхование имущества индивидуальных предпринимателей;

5. Страхование имущества и сотрудников банков в рамках льготных корпоративных программ.

Лидерами по взаимодействию с банками-партнерами являются: Северо-Западный, Уфимский и Екатеринбургский филиалы СГ «УралСиб». Обусловлено это их высокой развитостью и долей на рынке банкострахования в данных регионах России. По доле премии в вышеуказанных филиалах, лидирующие позиции занимают: Челябинский (51,1%), Екатеринбургский (26,1%) и Нижневартровский (25,2%) филиалы СГ «УралСиб». Высокая доля премий по банкострахованию в данных регионах сформирована за счет дифференцируемого и сбалансированного портфеля «Банка «УралСиб» (около 10% розничного портфеля банка выдана в этих филиалах) (табл.1).

Т а б л и ц а 1

**15 филиалов СГ «УралСиб» по объему собранной премии при работе с банками-партнерами**

| <b>Филиал</b>       | <b>6 мес. 2010 г. (тыс. руб.)</b> |
|---------------------|-----------------------------------|
| 1. Северо-Западный  | 105 708                           |
| 2. Уфимский         | 87 658                            |
| 3. Екатеринбургский | 50 825                            |
| 4. Пермский         | 47 865                            |
| 5. Краснодарский    | 47 279                            |
| 6. Кемеровский      | 37 242                            |
| 7. Нижневартровский | 32 429                            |
| 8. Нижегородский    | 30 487                            |
| 9. Оренбургский     | 29 897                            |
| 10. Саратовский     | 28 069                            |
| 11. Пензенский      | 26 991                            |
| 12. Ростовский      | 24 097                            |
| 13. Воронежский     | 22 558                            |
| 14. Челябинский     | 21 282                            |
| 15. Тюменский       | 21 175                            |

К основным банкам-партнерам СГ «УралСиб» относятся: Сбербанк России, ВТБ-24, Альфа-Банк, Россельхозбанк, Газпромбанк, Промсвязьбанк, Русфинанс Банк и многие другие. Стратегическими партнерами являются Сбербанк РФ и ВТБ-24. Темп роста взаимодействия с ними растет ежегодно в среднем на 30-40%. Кроме того, СГ ставит задачи усиления сотрудничества с крупными региональными банками: Балтийский Банк, Кит-Финанс, Запсибкомбанк, Сургутнефтегазбанк, Ханты-Мансийский Банк и др. Однако, негативными тенденциями являются: падение темпов роста премии по «Альфа-Банку», обуслов-

ленного ужесточением внутреннего контроля в банке и переводом объемов страхования в «Альфа-страхование», и «Юникредит Банку» и «Райффайзен-банку» в силу отсутствия аккредитации для организации совместного бизнеса.

Локомотивом по премии при работе с банками как 2009, так и в 2010 годах выступает розничное КАСКО – 72,6% от общего объема премии, полученной от кредитных организаций. Прежде всего, это связано с антикризисными мерами, проводимых государством по поддержке отечественного автопрома и, как следствие, увеличение объемов автокредитования. Но, так как государство ограничивает финансирование программ, в дальнейшем планируется снижение премий по данному виду страхования. Темп роста в корпоративном сегменте за первое полугодие 2010 года составил 124,5%. Достигнуто это за счет активной работы с клиентской базой по юридическим лицам. Следует отметить высокие темпы страхования имущества – чуть выше 150%. Данный показатель свидетельствует о том, что банки с осторожностью выдают длинные кредиты и стараются максимально застраховывать свои риски.

К антикризисным мероприятиям СГ «УралСиб» и банков-партнеров по сохранению и расширению совместного бизнеса можно отнести:

1. Продажи банковских продуктов через каналы продаж СГ и установление минимальной ставки по потребительскому кредитованию в случае приобретения страхового полиса. В случае, если клиент оформляет кредит без страхового полиса, устанавливается повышенный процент по кредиту (как правило, +3%).
2. Разработка и запуск новых страховых продуктов к банковским кредитам через сеть банков: «Защита в пути» (НС на время движения водителя и всех пассажиров); «Моя крепость-комфорт» (страхование имущества и ответственности); комплексный продукт «Надежный клиент» (включающий 3 риска: Страхование от несчастных случая и болезни; Страхование на случай работы; Страхование владельцев пластиковых карт). В рамках страхования владельцев пластиковых карт включаются следующие риски: использование карты третьими лицами, возме-

ние расходов на блокировку карты, возмещение украденных наличных, возмещение расходов на восстановление документов.

3. Обучение сотрудников Банка продажам страховых продуктов. По результатам анализа 1 и 2 квартала 2010 года процент кредитных менеджеров, оформляющих полисы, составил 9% в 1 квартале 2010, а во 2 квартале 2010 – 32%.
4. Приобретение пластиковых карт у банков-партнеров дает возможность клиентам получить скидки при страховании СГ «УралСиб» (так называемая программ «БИС» – бонусы и скидки) (табл.2).

Развитие партнерских отношений между страховщиками и банками в условиях посткризисного развития экономики, безусловно, будет носить взаимовыгодный характер.

Т а б л и ц а 2

**Структура пакетов услуг Программы «Бонусы и Скидки»**

| Элемент пакета  | ДЕБЮТ                          | УСПЕХ                                   | ТРИУМФ                        |
|---|--------------------------------|---|-------------------------------|
| Международная банковская карта, валюта на выбор Клиента: EUR, USD, рубли РФ*  | Visa Electron Non-Personalised | Visa Classic или MasterCard Standard    | Visa Gold или MasterCard Gold |
| Полис страхования граждан, выезжающих за рубеж  | не предоставляется             | нет, согласно стандартным тарифам Банка | есть                          |
| Применение понижающих коэффициентов при заключении договоров добровольного страхования в рамках страхования имущества и ответственности граждан | 5% от действующего тарифа      | 10% от действующего тарифа              | 15% от действующего тарифа    |
| Применение понижающих коэффициентов при заключении договоров страхования в рамках страхования Полное или частичное КАСКО                        | 5% от действующего тарифа      | 10% от действующего тарифа              | 15% от действующего тарифа    |
| Применение понижающих коэффициентов при заключении договоров страхования в рамках программ добровольного смешанного страхования жизни           | Не предоставляется             | не менее 5% от действующего тарифа      | 10% от действующего тарифа    |

Безусловно, российское кредитное страхование в настоящее время переживает этап становления и требует более тесного сотрудничества в разработке различных видов программ. Банки не должны относиться к страховым компа-

ниям с пренебрежением. Должны внимательно проверять кредитоспособность заемщика, не перекладывая возмещение убытков на страховщиков. Финансовый кризис, затронувший кредитный рынок, ограничил источники доходов не только банков, но и страховых компаний. Чтобы компенсировать свои убытки, финансовые партнеры начали активно развивать перекрестные продажи. Такое партнерское сотрудничество безусловно может ускорить процесс интеграции банковского и страхового бизнеса в посткризисный период развития экономики.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Федеральная Служба Страхового Надзора, Статистика  
[\[http://www.fssn.ru/www/site.nsf/web/stat\]](http://www.fssn.ru/www/site.nsf/web/stat).
2. Сайт СГ «УралСиб» [\[http://www.uralsibins.ru/moscow/partners/banks\\_index.wbp\]](http://www.uralsibins.ru/moscow/partners/banks_index.wbp).
3. Страхование кредитов [\[http://www.fintrest.ru/kredit07.html\]](http://www.fintrest.ru/kredit07.html).
4. Екатерина Трубович, Страхование кредитов  
[\[http://www.zanimaem.ru/articles/48/87\]](http://www.zanimaem.ru/articles/48/87).