УДК 368.81:336.71

Н. А. СОРОЧИНСЬКА, І. М. МИХАЙЛОВСЬКА
Хмельницький національний університет

ІНТЕГРАЦІЯ БАНКІВ ТА СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ЯК ДІЄВА МОДЕЛЬ СПІВРОБІТНИЦТВА

В даній статті розглянуто удосконалення взаємовідносин між банками та страховими компаніями з точки зору поглиблення інтеграційних процесів з метою виробництва конкурентоспроможних продуктів і більш якісного задоволення потреб клієнтів у фінансових послугах.

In this article the improvement of mutual relations is considered between banks and insurance companies from point of deepening of integration processes with the purpose of production of competitive products more high-quality satisfaction of necessities of clients in financial services.

Ключові слова: інтеграція, банки, страхові компанії, співробітництво, конкурентоспроможність.

Актуальність дослідження. Напевно, не потрібно нікому доводити, що партнерські відносини між банками та страховими компаніями є взаємовигідними. Можна довго вести дискусію з приводу того, кому така співпраця вигідніша і хто більше від неї програє. Розглянемо усі позитивні та негативні аспекти такої співпраці.

Аналіз останніх публікацій. Дослідженню даної теми присвятили свої праці вітчизняні й зарубіжні вчені та фахівці, зокрема: Kociemska H., Fedor M., Примостка Л.О., Гольцберг М.А., Хасанбек Л.М., Філонюк О.Ф., Нечипоренко В.І., Журавин С.Г. В той же час це питання потребує подальших наукових розробок, що і обумовлює актуальність обраної теми.

Мета: з'ясувати, які перепони, питання та проблеми треба подолати страховим компаніям та банкам, щоб розпочати сумісну роботу із надання якісних фінансових послуг.

Виклад основного матеріалу. Розглянемо, що банківські установи та страхові компанії очікують отримати від співпраці.

Очікування страхових компаній від банківських установ:

- збільшення клієнтської бази шляхом отримання доступу до клієнтської бази банку, а отже, збільшення страхових платежів;

- поліпшення обслуговування своїх клієнтів шляхом надання корисної інформації щодо вибору банку, ріелторської фірми чи автосалону.

Механізм реалізації: наявність у кредитних договорах позичальників банку, пункту про обов'язкове страхування життя чи предмету застави.

Очікування банків від співпраці із страховими компаніями:

- максимально вигідно для банку "продати" базу "застав" своїх клієнтів;

- збільшення обсягів кредитування за рахунок залучення клієнтів страхових компаній та самих страховиків;

- збільшити обсяг клієнтів з користування карткових продуктів.

Механізм реалізації: проведення процедури акредитації страхових компаній; введення "внутрішніх банківських стандартів" для роботи зі страховиками; уніфікація страхових продуктів, що продаються страховими компаніями клієнтам банку (знову ж таки залежно від наявності внутрішніх банківських стандартів і процедур).

В першу чергу, в даному питанні можна виділити нав'язування банками певної обмеженої кількості акредитованих страховиків для клієнтів.

Бурхливий розвиток банківської системи, надав можливість практично кожному пересічному громадянину отримати кредит в банку на будь-що. Але звернувшись до банку, він стає заручником жорстких умов кредитування. І це стосується не тільки відсоткової ставки по кредиту, умов та термінів погашення, необхідності застави, але й вільного вибору страховика по кредиту.

Якщо клієнту все одно, з якою страховою компанією співпрацювати, тоді немає питань. Договір укладено, гроші надано, усі задоволені.

Якщо кредит надається під заставу, тут уже виникають певні суперечності. Предмет застави необхідно застрахувати, і якщо страхувати його у тій страховій компанії, що вважає за краще клієнт, йому доведеться сплачувати і без того завищені відсотки, тому застава страхується там, де вказали.

Інша справа, коли предметом застави є майно, яким клієнт володіє вже довгий час, воно є застрахованим у страховика не перший рік. Саме це стає перепоною. Клієнт не розуміє, чому він має змінити страховика, послугами якого задоволений, лише тому, що його нема в списку акредитованих банком страхових компаній. Він намагається вплинути на страховика, пропонуючи йому пройти акредитацію в банку [1].

Кожен громадянин нашої країни знає, що забезпеченням ризиків втрати застави для банку є страховий поліс. Тому вибір умов кредитування та страхування за найменшою ціною є метою клієнта. Знайшовши для себе найкращий варіант, клієнт приходить до банку, і дізнається, що з даним страховиком

банк не співпрацює. Для клієнта є два шляхи вирішення такого питання. Можна наполягти на тому страховику, якого клієнт вважає потрібним, але в цьому разі йому прийдеться сплачувати більший відсоток по кредиту на 2-3 позиції. В практиці вже виникали такі ситуації, клієнти навіть зверталися до керівництва банку для захисту своїх поглядів, але реальних результатів це не приносило. Загалом, у клієнта є така альтернатива: або сплачувати завищені відсотки, або обрати собі страховика зі списку акредитованих банком страхових компаній, або звернутися до іншої банківської установи за кредитом [2].

Друга проблема виражена в подоланні страховиком перепон на шляху до акредитації.

Сьогодні в Україні налічується понад 450 страхових компаній, що займаються ризиковим видом страхування. І абсолютно зрозуміло, що страхові компанії прагнуть встановити хоча б партнерські відносини із банками, щоб можна було запропонувати своїм клієнтам вигідні умови кредитування. Також навзаєм страховики розраховують, що банки будуть рекомендувати їх для страхування кредитних ризиків.

Із цього випливає логічна ситуація, коли клієнт отримує кредит на вигідних йому умовах, а банк та страхова компанія нового клієнта задоволені. Але не все так просто…

Те, що компанія-страховик діє відповідно до норм законодавства, з усіма ліцензіями, резервами та активами – виявляється, ще нічого не означає для банків.

Без сумніву, банк має повне право вибрати з ким співпрацювати, саме цей процес і називається акредитацією. Але виникає питання, якими критеріями він керується при виборі. Ким і коли вони визначені. Якими підзаконними актами. Яка відповідальність тих, хто проводить такий відбір. І, взагалі, з цього випливає, що банківська установа бере на себе функцію органу з визнання або не визнання права на здійснення страхової діяльності страховиками (вже визнаними такими згідно з законом) і за визначенням якості послуг, що надаються ними [3].

Повернемося до страховика. Для того, щоб йому пройти акредитацію у банку, потрібно подати портфель документів, виписки, картки зразків; доводити, що він чесний, законний, слухняний, лояльний, але це не означає, що в результаті він отримає позитивне рішення і увійде до списку акредитованих банком компаній. Це навіть не означає, що він взагалі отримає письмове повідомлення про будь-яке ухвалене рішення. На щастя це не характерно для усіх банків, але це і не так рідко відбувається.

Для тих страховиків, які успішно пройшли акредитацію в банку, починається другий етап – це "узгодження" текстів і тарифів договорів страхування, які страховик зобов'язаний реалізовувати на "підконтрольній банком території". І те, що вимоги, які висуваються до умов договорів страхування, що укладаються, часто можуть не відповідати правилам страхування страховика, банк це не цікавить.

Страхування веде до подорожчання всього кредиту в цілому. Банки ж у конкурентній боротьбі прагнуть максимально зменшити його вартість, тому що клієнти вкрай чутливі до відсоткових ставок. Тому багато менеджерів банків усіма силами прагнуть збільшити число споживачів кредитів за рахунок начебто дешевої страхової послуги, і в цьому випадку виникає конфлікт інтересів банку і страховика – зниження страхового тарифу призводить до зменшення страхового покриття, що, у свою чергу, збільшує ризики самого банку. Поліси дійсно є, але захищають не від усіх ризиків. Хоча варто звернути увагу на статистику, яка демонструє високий рівень страхових випадків, що не потрапляє під покриття страхового полісу. Врешті-решт страждають всі: банк, страхувальник і страховик [2].

Третім проблемним питанням є те, що банк диктує свої умови і не залишає страховим компаніям іншого вибору як тільки рухатись в указаному напрямі.

«Дозволяючи працювати на своїй території» банки претендують на комісійну винагороду від страхової компанії за, так би мовити, посередницькі послуги. Комісійна винагорода, зазвичай, виплачується офіційно за агентським договором банку. Банки таким шляхом добирають відсотки, недоотримані по кредитах в боротьбі за конкурентоспроможність своїх ставок по кредитуванню.

Відношення до такої комісії у банків буває різне. Особливо крупні банки, що мають грошову підтримку європейської банківської еліти можуть не припускати винагороди в ідеалі. В середньому ж комісійна винагорода банку складає від 10 до 30% від страхового платежу, яка, у свою чергу, прив'язана до розміру кредиту (офіційна комісія з автотранспорту – від 0% до 25% від суми страхового платежу, а по іпотеці – від 10 до 25%), але крім цього, на додаток до "офіційної" існує деколи і "неофіційна" комісія, яка, за словами страховиків, може сягати додатково ще 10–25%, а інколи й 50% і вище (у випадку страхування земельних ділянок та окремих об'єктів кредитування) [5].

Іноді комісія виступає важелем регулювання конкурентоспроможності страховиків в очах банку, таким чином банк штучно створює конкурентні умови роботи для страхових компаній.

Процес акредитації також пов’язаний із різними перепонами.

Процес акредитації відбувається на базі прийнятих в банку положень, страхова компанія надає певний перелік юридичний документів, щоб ідентифікувати себе в очах банку. Як правило, умови та вимоги проходження акредитації для страховика закриті. Максимум, що можна отримати – це перелік документів, які необхідно надати. При цьому банк розглядає питання акредитації страховика тільки після надання повного пакету документів, залишаючи за собою право на запит додаткової інформації.

Після успішної акредитації, страхова компанія зобов’язана залучити до банку клієнтів для кредитування на суму, не менше встановленої, відкрити розрахункові рахунки в банку для своїх

структурних підрозділів, розмістити від 1 млн грн і більше на депозит в банку, та інші вимоги, зазначені в договорі співпраці.

Наявність у страхової компанії партнерів, зацікавлених у співпраці, значно збільшує шанси на акредитацію, тому що в очах банку вони є потенційними клієнтами банку.

В основному до усіх банків надається стандартний пакет документів, але інколи банк вимагає такі документи, що містять елементи комерційної таємниці.

Репутація компанії не гарантує їй успішного проходження акредитації, часом вольове рішення керівництва банку, дружніх відносин чи відповідної протекції вирішує все, в таких випадках від компаній для проходження акредитації навіть не вимагається ніякого депозиту.

Недоліком співпраці із банками є те, що при укладанні кредитного договору, банк враховує лише свої інтереси, а страховику залишається прийняти такі умови та нести свій тягар відповідальності самотужки [6].

Неприємним фактом є те, що проблеми страховиків залишаються їх власними проблемами.

Процедура акредитації в банку нагадує лотерею – пощастить, не пощастить. На думку страховиків, основною проблемою для проходження акредитації є не прозорі критерії, довготерміновість процедури (від декількох місяців до року) та непомірні суми обов'язкових депозитів до банку. Навіть, якщо страховик вже пройшов акредитацію, це ще не є гарантією того, що він буде співпрацювати із банком. Так, в банку може бути акредитовано 20-30 компаній, але фактично він працює із 3-4, з якими банк пов'язаний дружніми або фінансовими відносинами.

Що стосується регіонів, то в регіональних відділеннях банків можливість співпраці ґрунтується здебільшого на особистих домовленостях чи знайомстві страховиків з керівництвом філій чи відділень та наявності розміщених депозитів.

В основному, офіційна причина відмови банків – "невідповідність" показників фінансової звітності страхової компанії методикам оцінки та відбору страховиків.

Крім того, однією з основних проблем останнім часом стало збільшення мінімального розміру депозиту, необхідного для акредитації [7].

Ще одна болюча проблема – це чи є акредитація у великій кількості банків виправданою для страховика.

Страховики прагнуть розширити список банків-партнерів, адже збільшення клієнтської бази стимулює компанії до розширення спектру послуг, а, отже, вони повинні надати можливість вибору кожному зі своїх клієнтів.

Доки обов'язковою умовою надання кредиту в банку буде страхування застави, доти страховим компаніям буде вигідно співпрацювати із банками.

З кожним роком страхова культура населення нашої країни зростає, але досі найпопулярнішими видами страхування є обов'язкові.

Не рідко акредитація в банку не є виправданою. Клієнти банком не направляються, застрахувати компанія може тільки тих клієнтів, яких сама направила до банку, але в цьому випадку страховик змушений виплатити банку комісійну винагороду.

Крім того, банки, спираючись на так само незрозумілі критерії, можуть тимчасово припинити співпрацю із страховою компанією, хоча компанія залишається акредитованою в банку і розумного обґрунтування таким діям немає.

Перед проходження акредитації в банку страховій компанії рекомендується ґрунтовно прорахувати вигідність результатів надання до банку грошей у депозит, тому що, в свою чергу, банк не завжди залучає клієнтів для страхування.

І логічним питанням постає – що може змінити дану ситуацію?

Жоден закон та підзаконний документ не обумовлює обов'язкову необхідність акредитації страхової компанії в банку. Якщо у страхувальника є своя величезна база клієнтів, і він не має потреби у нових, то можна спокійно і далі займатися своєю основною діяльністю. Ще один варіант доступності співпраці із банками для залучення нових клієнтів – це повна відмова від акредитації. Надання можливості клієнтам вільно обирати страхову компанією, послугами якої вони вважають за краще скористатися, та банк, у якому вони хочуть кредитуватися. Надання страховим компаніям можливості направляти своїх клієнтів до будь-якого банку, а також аналогічно щодо банків по відношенню до страхових компаній.

Головною метою для страховиків та банківських установ, крім отримання фінансових результатів від своєї діяльності, має бути простота та зручність здійснення операцій для клієнта. Заходами для досягнення цього може стати можливість оформлення страхового полісу прямо у відділенні банку. Для цього потрібно впроваджувати нове програмне забезпечення, що надасть можливість мати зв'язок між банком і страховою компанією [8].

Відвертість і щирість в партнерських відносинах з банками допомагає уникнути відмови в акредитації. Банки консервативні і цінують надійність і стабільність в партнерах. Будь-яка нещирість в партнерській роботі з банком буде, хай неусвідомлена, але сприйнята, згодом може стати основним посиланням для ухвалення рішення. Можливо, це малопомітна деталь, але саме вона формує те, що

називають симпатією або антипатією, яка згодом і визначить подальшу партнерську роботу.

Висновок: Змінити ситуацію з гори неможливо. Законодавство – це теорія процесу, а практика свідчить про те, що теорія не завжди сильна. Тому зміна ситуації швидше за все в руках самих страхувальників.

У багатьох європейських країнах введена єдина система критеріїв акредитації, що робить процес більш прозорим. Можливе введення таких умов у нас в країні зможе спростити проходження акредитації для страховиків.

На даний час зловживання банків у цьому питанні не надає учасникам страхового ринку можливості основного права – права вибору. Навіть великі страхові компанії у теперішніх умовах повинні йти на поступки банкам, хоча це співробітництво повинно бути взаємовигідним, а саме банк мінімізує ризики, страхова компанія збільшує збори премій, а позичальник отримує захист на випадок непередбачуваних обставин.

Акредитація не є фактом порушення антимонопольного законодавства. Банк вибирає для співпраці найнадійніші платоспроможні компанії, що мають добру репутацію на ринку. Такі заходи мають привернути увагу клієнтів.

В деяких банках процедура акредитації проходить лише один раз на тривалий період, формується єдиний перелік з обмеженої кількості компаній, куди потрапити іншим учасникам страхового ринку не має можливості. Якщо ж в банку акредитовано невелику кількість страхових компаній, то при цьому порушується права юридичних та фізичних осіб на вільний вибір. В той же час дружні банку страхові компанії надають послуги по завищених тарифах, так як частина прибутку при цьому йде банку.

На даний час Антимонопольний комітет України мало приділяє уваги цій ситуації. Хоча в сусідній Росії вже існують подібні прецеденти. Федеральна антимонопольна служба РФ навіть ввела штрафні санкції для порушників – від 1 до 15% річного обороту фінансових установ за кожен факт порушення антимонопольного законодавства у сфері банківського страхування [9]. На сьогодні були лише окремі рішення і санкції Антимонопольного комітету щодо обмеження діяльності страховиків.

Література

1. Łazowski J., Wstęp do nauki o ubezpieczeniach, LEX, Sopot 2008.
2. Журавин С. Г. Краткий курс истории страхования. –М.: «Анкил», 2007. –112 с.
3. Kociemska H. Usluga Bancassurance dla jednostek samorządu terytorialnego. – Warszawa: «CeDeWu», 2009. – 191 s.
4. Fedor M., Bancassurance nad Sekwaną i Loarą, «Gazeta Ubezpieczeniowa» 2008, nr 9.
5. Ткаченко Н.В. Об'єднання банків і страхових компаній // Актуальні проблеми економіки. – 2007. –№ 2 (32). – С. 105–111.
6. Клапків М.С. Страхування фінансових ризиків: Монографія. – Тернопіль: Економічна думка, Карт-бланш, – 2007. – С. 358.
7. Śliperski M., Zalecenia w strategii bancassurance, w: «Wiadomości Ubezpieczeniowe», nr 7-8/2008, s. 10.
8. Габидулин И.А., Лушниченко В.Н. Bancassurance по-эсенговски // Мир денег. – 2007. – № 8-9. – С. 54-59.
9. Яцентюк О. Особенности банковского страхования: мировой опит и росийские реали / Страховое дело. – 2006. – № 2. – С. 9-16.

Надійшла 19.11.2009