ФАС считает, что настало время ограничить комиссии банкам со стороны страховщиков, дабы улучшить качество страховых продуктов.

Проблемы рынка банкострахования то и дело попадают под прицел всесторонней критики. Если ситуацию с навязыванием банками страховых компаний своим заемщикам благодаря усилиям Федеральной антимонопольной службы и Роспотребназдора победили, то по другим направлениям работы остается еще много. О ситуации на рынке, качестве страховых продуктов, кэптивных компаниях и комиссионных вознаграждениях банков со стороны страховщиков шла речь на пресс-конференции «Банкострахование в России» 19 июня 2013 года, организованной компанией «Эксперт РА».

Прекрасный, но замедляющийся рост

Модератором пресс-конференции был генеральный директор рейтингового агентства «Эксперт РА» Дмитрий Гришанков. В своем приветственном слове он сразу выделил два ключевых тренда сферы банкострахования в России – рост отрасли за счет предоставления услуги страхования жизни и здоровья заемщика при потребительском кредитовании и увеличение объемов взносов кэптивных страховщиков. Подробнее об этих тенденциях в своем выступлении рассказал уже первый докладчик мероприятия, которым оказался заместитель генерального директора рейтингового агентства «Эксперт РА» Павел Самиев. По его словам, сфера банкострахования показывает прирост в 28% по сравнению с результатами прошлого года. Сам по себе этот показатель хороший, однако, если посмотреть на динамику год к году, то очевидно замедление этого сегмента бизнеса. Так, в 2012 году рост банкострахования составил 32% по сравнению с показателями 2011 года соответственно.

Основной драйвер роста банкострахования – это страхование жизни и здоровья заемщика при потребительском кредитовании (эта сфера увеличилась на 77% за 2012 год). Второй драйвер рынка – это рост кэптивных компаний. Прирост взносов подобных страховщиков дошел в 2012 году до 70%, при том что рост взносов рыночных страховщиков увеличился лишь на 13%. По прогнозам «Эксперта РА», в 2013 году страховой рынок вырастет на 20%. Новый импульс развития получат накопительное страхование жизни и «коробочные» продукты.

Объем рынка банкострахования в 2012 году оказался равен 160,5 млрд рублей. Он составил пятую часть всего страхового рынка в России. В 2012 году поменялись лидеры банкострахования в нашей стране. Как следовало из представленной докладчиком презентации, первое место в прошлом году заняла «НСГ Страхование жизни», второе – компания «Ингосстрах», а третье – «Военно-страховая компания» (ВСК). В 2011 году лидером рыка была как раз компания «ВСК», второе место занимала «НСГ Страхование жизни», а третье – «Ингосстрах». Структура банкострахования выглядела в 2012 году следующим образом. Розничное банкострахование по результатам года заняло объем в 83%, страхование юридических лиц через банки – 11%, страхование рисков банков – 6%. Само по себе розничное банкострахование также сегментировалось. Страхование жизни и здоровья заемщика, оформляющего потребкредит, заняло объем в 38%, страхование от потери работы – 6%, ипотечное страхование – 10%, автострахование при кредитовании – 45%.

Всякий мастер свою плешь маслит

«Взрывной» рост страхования жизни и здоровья заемщиков потребкредитов наблюдается с конца 2010 года, а вот страхование заемщиков-юрлиц переживает стагнацию, следовало из доклада Павла Самиева.

Страхование BBB (Bankers Blanket Bond, что в переводе с английского «общий бонд банкира» или «общая банковская гарантия», то есть комплексное страхование рисков организации – прим. ред.) за 2012 год выросло на 34%. За тот же период D&O (страхование ответственности органов управления) увеличилось на 61%, а страхование ответственности персонала и эмитентов банковских карт – на 161%. Бывший драйвер банкострахования – автокаско – уходит в дилерский канал продаж.

Интересные данные раскрыл Павел Самиев и в отношении величины вознаграждения кредитным организациям к величине взносов, полученных от банков. По его данным, средний размер вознаграждения за страхование жизни в 2012 году составил 45%, за страхование от несчастных случаев и болезней – 53%, автокаско – 19%, сельскохозяйственное страхование – 17%, страхование прочего имущества юридических лиц – 16%, страхование прочего имущества граждан – 22%.

Как и прогнозировали ранее аналитики «Эксперта РА», высокомаржинальное страхование досталось кэптивным страховщикам, а сложное и находящееся в стагнации

– рыночным. Специалисты уверены, что крупнейшие банки уже «не отдадут» этот доходный вид страхования «чужим» страховщикам. В результате сложившейся в сфере страхования ситуации рыночные страховщики вынуждены переориентироваться на предоставление таких продуктов, как страхование собственных рисков банков, страхование юридических лиц при кредитовании и продвижение через банки «коробочных» продуктов. Аналитики уверены, что новый импульс развития рынку банкострахования придаст накопительное страхование жизни, а вот рост страхования жизни и здоровья заемщиков потребкредитов к 2014 году замедлится. Однако в 2013 году увеличение рынка на 20%, по прогнозам, обеспечит именно этот вид договоров.

Ежовая рукавица учить мастерица

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы (ФАС) России Андрей Кашеваров выступал на пресс-конференции вторым. Он рассказал о том, что ФАС сознательно часть нагрузки по наложению санкций на финансовые организации переложила на Роспотребнадзор. Один из мотивов передачи прав заключался в том, что те штрафные санкции, которые налагала ФАС, возбуждая дела, были несоразмерны тем нарушениям, с которыми она сталкивалась. «Нельзя за одного заемщика наказывать всю компанию в процентах от годового оборота», – подчеркнул эксперт. Тем не менее, без наказания также оставлять дело нельзя, поэтому жалобы и передаются в Роспотребнадзор, который, согласно закону «О защите прав потребителей», принимает адекватные меры.

Эксперт отметил, что на рынке банкострахования существует системная проблема: даже при том количественном росте, который все наблюдают, качественно содержание страхового продукта ухудшается. Это ухудшение ведомства видят в числе отказов, в статистике по судебной практике, которую привели представители соответствующих госорганов. По ОСАГО зафиксировано до 30% случаев, когда клиенты сразу обращаются в суд, даже не пытаясь что-то взыскать со страховой компании в обычном режиме. Граждане не верят ни в обоснованность выплат, ни в то, что эти выплаты вообще состоятся. Проблема заключается в том, что рынок уходит по спирали вверх. Компании предлагают по различным видам страхования более низкие тарифы, обеспечивая тем самым для себя конкурентное преимущество. Их чаще начинают выбирать клиенты. Однако это положение приводит к достаточно сложной ситуации по выполнению своих обязательств, а именно – по страховым выплатам, когда денег реально не хватает все случаи обеспечить. Эксперт перечислил несколько причин сложившегося положения. Прежде всего, это комиссия при связанном банкостраховании, которую взимают банки. Картина, таким образом, складывается следующая. С одной стороны, на страховую комиссию «наступают» банки, и страховщики вынуждены им платить, чтобы получить клиентскую базу. С другой

стороны – страховщики двигаются на рынок сами и платят комиссии страховым агентам. В результате на выплаты самим клиентам ничего не остается. «Сейчас настало время обсуждать механизмы сдерживания роста комиссий, которые выплачиваются банкам в качестве вознаграждения со стороны страховщиков за предоставление им клиентской базы», – строго заявил чиновник. Один из путей здесь – законодательное ограничение комиссии. «Другого пути здесь рынок не придумал», – подчеркнул он. Оздоровить рынок помогут и усилия по борьбе с демпингом как формой недобросовестной конкуренции. Только комплекс мер, по мнению эксперта, способен остановить качественное ухудшение продуктов страхования, несмотря на то что количественно рынок растет совершенно замечательно.

Взгляд изнутри

Вице-президент страховой компании «Алико» Елена Бутарова решила рассказать о том, как сегодня себя чувствуют непосредственные участники и игроки рынка страхования. Залогом правильного сотрудничества между банками, страховщиками и клиентами является долгосрочный подход, подчеркнула она. Очень важно понять, что нужно клиенту, кто является клиентом, а также сколько клиент готов платить и какие ресурсы со стороны банка он готов на это затратить. Поскольку именно клиент платит за все, то нужно понимать, каким образом организовать процесс, максимально сконцентрированный на клиенте. Банки и страховые компании – это разные бизнесы и подходы к деятельности. В этом сотрудничестве есть и плюсы и минусы. Для банков страхование является выгодным, поскольку обеспечивает защиту от рисков, стимулирует лояльность клиентов и комиссионный доход. Для страховых компаний банки – это канал продаж без инвестиций в его строительство, за что, действительно, нужно платить, согласилась Елена Бутарова. И в случае если бизнес построен правильно, банкострахование должно приносить прибыль. Среди минусов сотрудничества Елена Бутарова подчеркнула, что и для банков, и для страховых компаний важно учитывать все риски, которые связаны с контрагентом (репутационные, финансовые и т.д.). Очень важно учитывать техническую составляющую, чтобы сотрудничество проходило без сбоев. Если теряется какая-то информация либо она проходит некорректно, то проблемы возникают у всех сторон партнерства.

Со стороны страховой компании есть риски, связанные с конкуренцией, с давлением по ценам, с риском повышенной убыточности и даже есть риск ухода банка от партнерства через создание кэптивного страховщика или просто альянса с другой компанией. В сложившихся отношениях очень важно учитывать интересы клиента. Интенсивное развитие рынка банкострахования возможно, если не будет происходить замыкания на каком-то одном простом и понятном продукте (как страхование заемщиков при потребительском кредитовании). Здесь важно, чтобы постоянно шло повышение

эффективности и качества продаж, процессы должны быть оптимизированы, они должны постепенно становиться дешевле. Должно идти масштабирование бизнеса, которое связано не только с кредитованием, но и с разнообразными другими интересами клиента банка, причем не обаятельно заемщика, но и вкладчика и т.д. В наше время банкострахование – это источник роста благодаря страхованию заемщиков по потребительским кредитам. Но уже сегодня сотрудничество постепенно становится плацдармом для развития кросс-продаж. Здесь весь страховой рынок должен работать на повышение страховой защиты населения, велика доля и финансовой ответственности. А в потенциальном варианте это, действительно, проникновение страхования жизни в массы. К сожалению, социальная защита населения в России находится на низком уровне, поэтому повышение страховой защиты граждан – это важный шаг, который пойдет на пользу всему обществу, подытожила свое выступление эксперт.

Позитив конкуренции

Заместитель генерального директора – руководитель центра партнерских продаж ВСК Илья Бойченко рассказал об опыте работы своей компании и поделился с аудиторией своим видением рынка. По мнению экспертов ВСК, в России можно выделить два этапа развития банкострахования. Первый из них шел от начала 2000-х годов, когда иностранные банки пришли в нашу страну с этой технологией. В качестве примера эксперт привел такие кредитные организации, как «Русский Стандарт», Хоум кредит энд финанс банк, Ситибанк. А второй этап банкострахования начался с 2010 года, когда российские банки, в том числе и государственные (Сбербанк, ВТБ24, Россельхозбанк) начали входить на этот рынок. Илья Бойченко согласился с выводами аналитиков «Эксперта РА» в отношении того, что постепенно рост банкострахования пойдет на спад.

Менеджмент ВСК в своей стратегии развития, не имея возможности опираться на какую-либо мощную финансово-промышленную группу, сделал ставку на участие в конкурентной борьбе за крупнейших игроков банковского рынка. За два последних года несколько десятков банков стали партнерами ВСК. При своей работе этот страховщик к банкам предъявляет ключевое требование: не держать все риски в рамках одной промышленной группы.

Эксперт отметил интересную особенность нашего времени: ни одному банку не выгодно работать с монострахoвщиком по простой причине – у «своего» монострахoвщика нет мотива что-то делать, поскольку денежный поток и так уже налажен. «Свой»

моностраховщик находится вне рамок конкурентной борьбы. «Спросите у любого не собственника, а сотрудника банка: «С кем тебе нравится работать?» – никто из них не назовет свою кэптивную компанию, – обратил внимание аудитории на проблему спикер. – Ни Газпромбанк, ни ВТБ24, я не будут продолжать. Позиция конкурентной борьбы направлена не только на удовлетворение потребностей клиента, что понятно, но она направлена еще и на удовлетворение потребностей самого банка, что не менее важно». Средние банки понимают этот момент, с одной стороны, с другой – не имеют возможности создавать свои собственные кэптивные компании. Эксперт подчеркнул, что сотрудничество со страховщиками, участвующими в конкурентной борьбе, выгодно всему рынку в целом: и клиенту, и банкам, и самим страховым компаниям.

Источник: Bankir.ru , 24.06.13

Автор: Трушина Н.