

УДК 343.1

И.Ю.Шубникова (СПбГУЭФ)

КОНВЕРГЕНЦИЯ БАНКОВ И СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ КАК ОДНО ИЗ ПРОЯВЛЕНИЙ ПРОЦЕССА ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Одним из наиболее значительных изменений, произошедших в сфере мирового финансового бизнеса, за последние пятнадцать лет явилась интеграция банковской и страховой индустрий. Объединение усилий банковских и страховых институтов в направлении расширения ассортимента предлагаемых услуг, повышения эффективности обслуживания клиентов, а также совершенствование подходов к ведению бизнеса в целом привело к появлению в промышленно развитых странах концепции «банковского страхования».

На протяжении всей истории параллельного существования банков и страховых компаний сотрудничество этих экономических институтов носило явный и весьма тесный характер.

Рынок страхования стал одним из наиболее перспективных вариантов расширения бизнеса для банков, которые обладают приличной клиентской базой и готовой распространительной сетью. Такое положение позволяет банку обходиться без сети страховых агентов и продавать страховые продукты банковским клиентам напрямую, а следовательно – с меньшими затратами на одну продажу. Еще один плюс - огромная стоимость финансовых активов банка, которые тем или иным образом могут обеспечивать страховые операции в ключе предложения более высоких лимитов по сравнительно более низким тарифам. В целом в Европе к настоящему времени банки контролируют в общей сложности около 20 % рынка страхования жизни.

По мере развития финансового рынка сотрудничество банков и страховых компаний приобретает многоуровневый характер. На стыке этих сфер возникла идея банковского страхования, воплотившаяся в концепции «финансовых супермаркетов». Ее суть заключается в предоставлении населению и фирмам пакета финансовых услуг: страховых, банковских, инвестиционных. Расширение спектра услуг путем реализации продуктов так называемого «банковского страхования» позволяет банкам: привлечь новых клиентов, более полно удовлетворять потребности постоянных клиентов, получить дополнительный финансовый доход (прибыль) за счет комиссионного вознаграждения, создав долгосрочную ресурсную базу из привлеченных страховых резервов. Также расширение набора услуг при обслуживании клиентов положительно влияет на имидж банка и дает дополнительные конкурентные преимущества для продвижения собственных программ. У страховой компании же при реализации концепции «финансовых супермаркетов» появляется возможность использовать базу данных о клиентах банков, снизить расходы по распространению страхового продукта, расширить сеть распределения финансовых услуг. Они со своей стороны заинтересованы в предложении банку следующих услуг: классическое страхование имущества и персонала банка, страхование пластиковых карт от рисков подделки, утери или противоправного использования третьими лицами, страхование залогового имущества и жизни заемщика кредита, кредитное страхование.

В нашей стране участие банков на рынке банковского страхования достаточно пассивно. Инициатива совместного продвижения страховых услуг принадлежит в подавляющем большинстве случаев крупным российским страховщикам. Ориентиром для отечественных банков становится активная деятельность, предусматривающая расширение круга операций, освоение новых продуктов, создание полноценного денежного рынка в

целом. Это означает радикальное изменение подходов к бизнесу, в том числе по отношению к клиентам, физическим лицам, их более емкое обслуживание. Несмотря на то, что интерес к данному направлению в России пока еще невысок, ведущие российские банки рассматривают его в качестве достаточно перспективного. В настоящее время совместные программы страхования реализуют Сбербанк России и ВСК, Росбанк и СК «Согласие», Альфа-банк и СК «РЕСО Гарантия» и др.