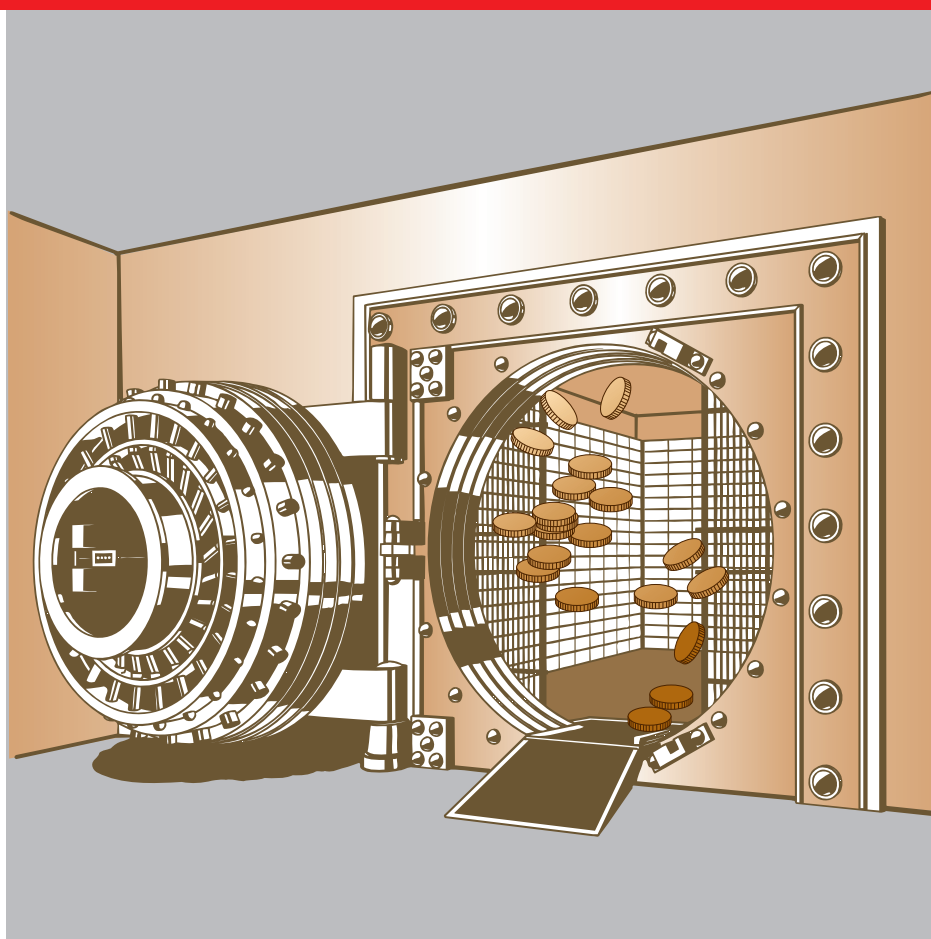


Банкострахование – 2007



Игра по-крупному

Партнеры исследования

Генеральный партнер проекта



Партнеры конференции



Управляющая
компания



Генеральный медиапартнер



Обзор «Банкострахование – 2007» подготовили:

Ирина Велиева,
руководитель направления рейтингов банков и лизинговых компаний
департамента рейтингов финансовых институтов
velieva@raexpert.ru

Оксана Комардина,
эксперт департамента рейтингов финансовых институтов
komardina@raexpert.ru

Анастасия Вахрамеева,
эксперт департамента рейтингов финансовых институтов
vahrameeva@raexpert.ru

Наталья Малолетнева,
референт департамента рейтингов финансовых институтов
maloletneva@raexpert.ru

Павел Самиев,
директор департамента рейтингов финансовых институтов
psamiev@raexpert.ru

Резюме

Объем рынка банкострахования¹ в 2007 г. превысил 70 млрд руб., увеличившись за год более чем на 75%. С розничным кредитованием связано более 77% взносов по банкострахованию, лишь 17% – премии по страхованию рисков юридических лиц-заемщиков банков. Доля взносов по страхованию собственных рисков банков и их сотрудников по-прежнему невелика – всего 3,7 млрд руб. или 5% от общего объема собранных премий. Большинство банков ограничиваются страхованием сотрудников по программам ДМС, а также страхованием своих имущественных рисков. Комплексное страхование ВВВ – «имиджевая роскошь», необходимая для выхода на мировые рынки капитала.

На долю банкострахования в 2007 г. пришлось 14,8% взносов, полученных страховщиками по добровольным видам страхования и ОСАГО. По сравнению с 2006 г. доля банковского канала во взносах увеличилась почти на 5 п. п. Банки становятся все более существенным каналом продаж для страховщиков. При этом от сотрудничества выигрывают прежде всего крупные страховые компании: они имеют больше шансов пройти аккредитацию при федеральных банках и могут совместно с ними осваивать региональный спрос.

«Локомотивом» банкострахования пока остается автокаско: его вклад в структуру взносов, собранных страховщиками по банковскому каналу, составил 58%. Рост спроса на новые авто, а также строительство в России автомобильных заводов Toyota, Volkswagen и других автопроизводителей будут поддерживать бум продаж автомобилей, в основном за счет кредитов банков. Поэтому мы ожидаем дальнейшего роста объемов автострахования по банковскому каналу. Кроме того, рост объемов автокредитования происходит и в силу увеличения средней суммы кредита. Спрос на автомобили смещается в более дорогой сегмент. По нашим оценкам, только этот эффект способен дать порядка 3-5 п. п. роста премий по автострахованию. Вместе с тем относительный вклад автокаско в структуре банкострахования будет снижаться. Эта тенденция заметна уже сейчас: в 2006 г. доля этого вида составила 62%, а в 2007 г. снизилась до 58%.

Несмотря на некоторые проблемы с ликвидностью российских банков, **мы прогнозируем рост банкострахования в 2008 г. на уровне 50-55% и постепенное смещение акцентов от автострахования в сторону долгосрочных видов страхования.** В розничном направлении, в первую очередь, произойдет увеличение объемов ипотечного страхования. Если в 2006 г. на него приходилось 3,1 млрд руб., в 2007 г. – 6,7 млрд руб., то в 2008 г., по нашим оценкам, объемы премий могут увеличиться в 2 раза до 13,5 млрд руб. Параллельно будет расти страхование юридических лиц-заемщиков банков за счет развития кредитования малого и среднего бизнеса, в том числе и по операциям лизинга. Если в 2007 г. темпы прироста страхования залогов юридических лиц составили 76%, то в этом году мы ожидаем двукратное увеличение данного сегмента.

Деятельность ФАС на рынке банкострахования сегодня воспринимается неоднозначно. С одной стороны, борьба с недобросовестной конкуренцией – значительный шаг в сторону создания равноправных партнерских отношений. С другой – возникшая неопределенность негативно влияет на развитие банкострахования. ФАС необходимо более четко обозначить свою позицию и предоставить участникам рынка прозрачные стандарты аккредитации, предполагающие, в том числе, использование рейтингов надежности и банков, и страховщиков.

¹ Здесь и далее под банкострахованием понимается сотрудничество банков и страховых компаний по следующим направлениям: страхование заемщиков банков, страхование банковских залогов физических и юридических лиц, страхование собственно рисков банков.

Содержание

Резюме	4
Методика исследования	6
Рынок банкострахования в 2007 г.	8
Банкострахование и розничное кредитование	12
Страхование рисков юридических лиц, связанных с банковскими услугами	20
Страхование рисков банков	22
Равноправное партнерство?	25
Приложение 1. Процедура проведения тендеров/аккредитации страховых компаний в банках.	28
Приложение 2. Интервью с Виталием Княгиничевым, директором департамента комплексного страхования ОСАО «Ингосстрах»	34

Методика исследования

Исследование основано на анализе данных российских страховых компаний об объемах банкострахования в 2007г., полученных в результате **анкетирования 19 компаний**: Открытое страховое акционерное общество (ОСАО) «Ингосстрах», система Росгосстраха, ОАО «Военно-страховая компания» (Страховой Дом ВСК), ОСАО «РЕСО-Гарантия», ОАО «РОСНО», ЗАО «Страховая группа «УралСиб», ООО «Чешская страховая компания», ООО «Группа Ренессанс Страхование», ОАО «СОГАЗ», ОАО «МСК», ОАО «ГСК «Югория», ЗАО «МАКС», Группа «АльфаСтрахование», Страховое ЗАО «Стандарт-Резерв», ООО «СК «ОРАНТА», ЗАО «Страховая группа «Спасские ворота», СК «Русский мир», ОАО «КапиталЪ Страхование», ООО СК «Цюрих. Ритейл», а также на основе **данных 11 банков** о сотрудничестве со страховыми компаниями: Сбербанк России, ОАО «УралСиб», ХКФ Банк, КИТ Финанс, ОАО «Русь-Банк», КБ «Русский ипотечный банк» (ООО), ЗАО ГКБ «Автоградбанк», ОАО «Далькомбанк», ОАО «Региональный банк развития», ООО «ВСБ», ОАО «АФ Банк».

По нашим оценкам, в исследовании приняли участие страховые компании, совокупный размер взносов которых в 2007 г. составил порядка **58,5%** от поступлений страхового рынка России и 86,9% поступлений по банкострахованию.

Дополнительным источником информации для исследования также стал ряд углубленных интервью, проведенных с представителями страховых компаний и банков:

АГРАНОВСКАЯ Ирина	начальник Управления партнерских программ Страховая группа РАСО
АКСЕНОВ Константин	начальник Управления коммерческого страхования ОАО «КапиталЪ Страхование»
БОРОНИНА Елена	директор Департамента инвестиций ОАО «ГСК «Югория»
БРАБАН Доминик	коммерческий директор Русфинанс Банк
БУРНАКИНА Татьяна	директор Департамента управления проектами Русфинанс Банк
ВАРЛАМОВ Роман	начальник отдела ипотечного страхования Управление коммерческого страхования ОАО «КапиталЪ Страхование»
ВОРОБЬЕВА Елена	начальник Управления организации работы с банками СК «МАКС»
ГУРЕВИЧ Евгений	исполнительный директор ОАО СК «Русский мир»
ЕРМАКОВ Валерий	начальник Управления банковского страхования Страховая Группа «СОГАЗ»
ЖИГУНОВ Игорь	заместитель председателя Правления ООО «Городской Ипотечный Банк»

КНЯГИНИЧЕВ Виталий	директор Департамента комплексного страхования ОСАО «Ингосстрах»
ЛОСЯКОВА Светлана	руководитель Управления развития СК «Стандарт-Резерв»
ЛЫСОЙ Егор	продакт-менеджер по автострахованию Страховая группа «УралСиб»
МАЙ Александр	генеральный директор ЗАСО «ЭРГО Русь»
МЕЛИК-ПАШАЕВ Дмитрий	заместитель начальника отдела по работе с финансово-кредитными организациями ОСАО «РЕСО-Гарантия»
РАГИНСКИЙ Сергей	начальник отдела по работе с финансово-кредитными организациями ОСАО «РЕСО-Гарантия»
ТВЕРДОХЛЕБ Полина	начальник отдела по работе со страховыми и оценочными компаниями Инвестиционный банк КИТ Финанс
ТУКТАРОВ Максим	начальник Управления по работе с корпоративными клиентами ОАО «АФ Банк»
УСПЕНСКИЙ Алексей	заместитель Председателя Правления Русский Ипотечный Банк
ФЕДОНКИН Александр	заместитель генерального директора ОАО «МСК»
ЧЕРНИКОВ Владимир	первый заместитель Генерального директора ООО «СК «ОРАНТА»
ШАПРОВА Наталья	генеральный директор Страховая группа «УралСиб»
ШАРОВА Надежда	директор Дирекции по работе с финансовыми институтами ООО «1СК»
ЭЛИК Максим	заместитель генерального директора Росгосстрах

Полный текст всех интервью читайте на сайте www.raexpert.ru с 10.04.2008.

Выражаем признательность всем компаниям и спикерам за интерес,
проявленный к нашему исследованию!

Рынок банкострахования в 2007 г.

По оценкам «Эксперта РА», объем рынка банкострахования в 2007 г. превысил 70 млрд руб., увеличившись за год более чем на 75%. Основной фактор роста – развитие банковского розничного кредитования.

Совокупные взносы по банкострахованию девятнадцати компаний-участников исследования, проведенного «Экспертом РА», в 2007 г. составили 60,9 млрд руб. Таким образом, весь рынок банкострахования, по нашим оценкам, может превышать 70 млрд руб. Годом ранее мы оценивали объемы рынка примерно в 30 млрд руб., однако сегодня у нас есть основания пересмотреть прошлогодние оценки в сторону повышения до 40 млрд руб. Следовательно, за 2007 г. рынок вырос более чем на 75%.

Таблица 1. Компании-лидеры российского рынка страхования рисков банков и их клиентов, связанных с банковскими услугами, 2007 г.

Место	Страховая компания/группа компаний	Страховые взносы, млн руб.	Страховые выплаты, млн руб.	Количество заключенных договоров, шт.	Темпы прироста за 2007 г.
1	Росгосстрах	11 060,9	н.д.	н.д.	-
2	ВСК	7 204,9	н.д.	н.д.	24,1%
3	Ингосстрах	6 731,3	3 252,6	88 924	16,4%
4	РЕСО-Гарантия	5 644,1	1 543,7	142 225	-
5	РОСНО	3 336,0	1 615,0	136 216	7,9%
6	УралСиб	3 107,8	1 112,2	132 528	-
7	Чешская страховая компания	3 029,9	н.д.	5 172 725	-
8	«Цюрих. Ритейл»	2 934,5	1 219,0	155 288	23,3%
9	«Ренессанс Страхование»	2 269,4	761,9	80 261	139,1%
10	СОГАЗ	2 264,5	640,5	54 486	116,9%
11	МСК	2 133,2	1 123,8	103 296	1,3%
12	ГСК «Югория»	2 053,9	912,0	125 852	-
13	МАКС	2 053,6	467,6	182 192	-
14	АльфаСтрахование	2 046,5	н.д.	н.д.	-
15	Стандарт-Резерв	1 761,3	722,0	43 070	-
16	«ОРАНТА»	941,2	317,0	40648	-
17	«Спасские ворота»	856,4	329,4	71 662	-
18	«Русский мир»	848,0	н.д.	н.д.	187,1%
19	«Капиталь Страхование»	580,7	25,6	25 300	-

Источник: «Эксперт РА»

Банкострахование как канал продаж вносит ощутимый вклад в привлечение клиентов: по нашим оценкам, в 2007 г. на него пришлось 14,8% всех поступлений в страховые компании по добровольным

видам страхования и ОСАГО (в 2006 г. – около 10%). Рост доли банкострахования в объемах премий вполне очевиден. Во-первых, страхование в России на сегодня продолжает оставаться продуктом, который «продается, а не покупается», а продажа страхового полиса при кредитовании логично вписывается в систему отношений между банком и заемщиком. Во-вторых, происходит значительное увеличение объемов кредитования.

Если же оценивать вклад банковского канала по данным лидеров страхового рынка, в большинстве случаев его доля в портфелях гораздо выше среднерыночных (табл. 2). По данным исследования, средняя доля взносов по банкострахованию в страховом портфеле (без учета ОМС) – 21,7%, лидеры рынка достаточно активно используют данный канал продаж. Причем страховщики, входящие в состав финансовых групп, используют банкострахование более эффективно. Такие страховые компании имеют тесные связи с конкретными банками, что способствует развитию отношений с банковской средой в целом. Например, МСК, аффилированная с Банком Москвы, привлекает порядка 57% взносов розничного портфеля по банковскому каналу. В объемах взносов СГ «УралСиб» (аффилированной с Банком «УралСиб») на долю банкострахования приходится 32,6%, но при этом банковский канал «работает» как на привлечение физических, так и юридических лиц. На долю первых в банкостраховании приходится 59,9%, и еще 36,1% – на страхование юридических лиц-заемщиков банков. Конечно же, возможность работать с «близким» банком может оказывать благоприятное влияние на развитие банковского канала продаж страховых продуктов. Совместно работая в рамках финансовой группы, страховая компания и банк могут предложить своим клиентам более выгодные условия или более высокий уровень сервиса (в том числе скорость принятия решений по кредитованию и страхованию). С другой стороны, имея опыт работы со «своим» банком, можно более уверенно выходить на рынок. Хотя отметим, что страховые компании, впрочем, как и банки, не ограничивают круг партнеров по банкострахованию только «родными» компаниями, так как это сужает возможности страховщиков по расширению доли на рынке, а также нарушает законы добросовестной конкуренции. Так, крупные страховщики аккредитованы при 100, 300 и более банках, хотя в этом случае, очевидно, приток страхователей от разных банков-партнеров неравномерный.

Таблица 2. Индексы активности банковского канала в страховании
(индексы проникновения/развития банкострахования)

	Отношение взносов по банкострахованию к суммарным взносам СК (без обязательного мед. страхования), %	Доля розничного банкострахования в розничном портфеле, %	Доля розничного направления в банкостраховании, %
Росгосстрах	21,4	20,7	68,2
ВСК	40,8	51,4	50,8
Ингосстрах	19,2	37,6	87,6
РЕСО-Гарантия	17,7	27,7	94,7
РОСНО	14,5	25,1	73,7
УралСиб	32,6	30,2	59,9
Чешская страховая компания	91,3	88,0	100,0
«Цюрих. Ритейл»	36,2	40,9	96,8
«Ренессанс Страхование»	28,2	59,0	86,1
СОГАЗ	7,6	34,2	53,8
МСК	38,6	57,3	87,6

	Отношение взносов по банкострахованию к суммарным взносам СК (без обязательного мед. страхования), %	Доля розничного банкострахования в розничном портфеле, %	Доля розничного направления в банкостраховании, %
ГСК «Югория»	29,1	49,0	85,7
МАКС	23,8	38,4	86,0
АльфаСтрахование	19,5	31,2	84,0
Стандарт-Резерв	27,7	48,7	97,6
«ОРАНТА»	28,4	36,6	81,7
«Спасские ворота»	15,0	20,5	90,9
«Русский мир»	15,0	22,4	80,3
«Капиталь Страхование»	5,9	36,4	53,7
Средневзвешенные значения по компаниям-участникам	21,7	33,2	77,5

Примечание: В таблице выделены значения показателей, значительно отличающиеся от средних значений по компаниям-участникам (отклонение от среднего больше чем на 1 среднее квадратическое отклонение)

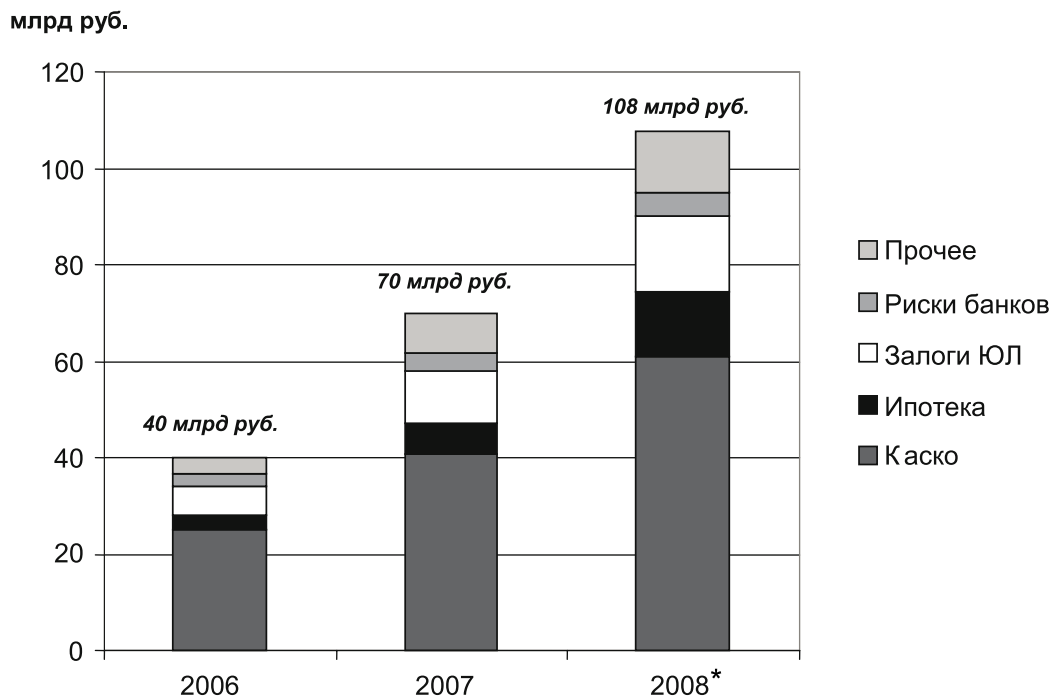
Источник: «Эксперт РА»

В среднем по компаниям-участникам исследования доля розничного банкострахования в розничном портфеле составила 33%, то есть для активно развивающегося страхового ритейла банковский канал играет более важную роль, чем для корпоративного направления.

Отдельно прокомментируем показатели по Чешской страховой компании, основное направление деятельности которой – страхование жизни. Поскольку в России классическое накопительное страхование жизни практически не развито, более 90% собранных взносов Компании приходится на страхование жизни и здоровья заемщиков ХКФ-Банка - одного из лидеров по потребительским кредитам.

Основная причина активного развития банкострахования в 2007 г. – рост рынка розничного кредитования. Банковский ритейл, даже не смотря на некоторое «охлаждение» во второй половине 2007 г., последовавшее в связи с кризисом ликвидности и ужесточением регулирования, продолжает оставаться основным стимулом развития розничного банкострахования.

Рисунок 1. Рынок банкострахования демонстрирует активный рост и постепенное изменение структуры



* 2008 г. – прогнозные значения

Источник: «Эксперт РА»

По итогам предыдущего исследования рынка, мы прогнозировали его двукратное увеличение к 2010 г., однако динамика рынков кредитования, а следовательно, и банкострахования такова, что мы практически достигли прогнозных значений уже по итогам 2007 г. В 2008 г. мы прогнозируем дальнейшее наращивание объемов банкострахования, однако темпы прироста могут быть ниже из-за наличия некоторых проблем с ликвидностью российских банков – на уровне 50-55%. В структуре банкострахования будет происходить постепенный рост доли ипотечного кредитования и страхования жизни, в среднесрочной перспективе вероятно смещение акцентов в пользу долгосрочных видов страхования.

Банкострахование и розничное кредитование

Доля розничного направления в банкостраховании – порядка 77%. Наибольшие объемы поступают по автострахованию, однако очевидно постепенное смещение акцентов: увеличиваются объемы и доля страхования по ипотеке, а также страхование жизни и здоровья заемщиков банков по потребительским кредитам (в том числе держателей кредитных карт).

В структуре премий, собранных страховщиками по банкострахованию, на долю розничного страхования, по нашим оценкам, приходится порядка 77% взносов. Розничное направление банкострахования также лидирует и в выплатах, причем его вклад там даже больше, чем в структуре взносов (рис. 3). По нашим оценкам, уровень выплат в рознице банкострахования в 2007 г. находился на уровне 43%, что немного ниже показателя в целом по страховому рынку (порядка 50%). Это стоит учитывать тем страховым компаниям, которые только сейчас начинают развивать розничное направление, в том числе через банковский канал.

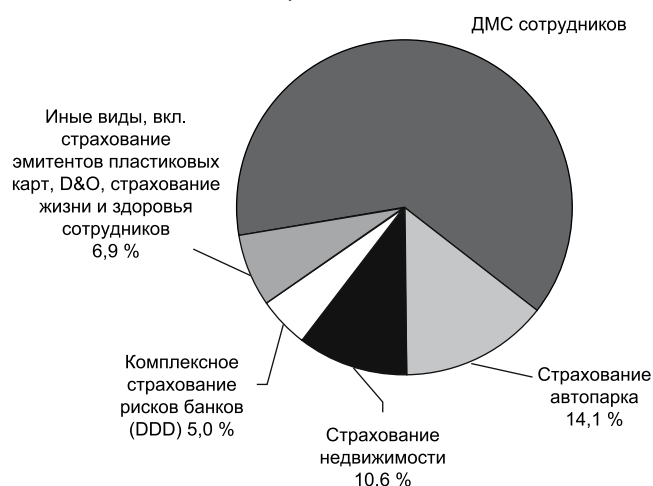
Таблица 3. Компании-лидеры розничного страхования рисков клиентов банков, связанных с банковскими услугами, 2007 г.

Место	Страховая компания/группа компаний	Страховые взносы, тыс. руб.	Страховые выплаты, тыс. руб.	Количество заключенных договоров, шт.	Темпы прироста за 2007г.
1	Росгосстрах	7 538 925	н.д.	н.д.	-
2	Ингосстрах	5 896 567	3 129 618	75 095	14,6%
3	РЕСО-Гарантия	5 345 579	1 495 429	134 354	-
4	ВСК	3 658 400	946 829	274 532	22,1%
5	Чешская страховая компания	3 029 882	н.д.	5 172 725	-
6	«Цюрих. Ритейл»	2 841 702	1 205 570	151 272	22,4%
7	РОСНО	2 459 358	1 601 921	130 656	16,1%
8	«Ренессанс Страхование»	1 953 361	650 059	77 050	222,8%
9	МСК	1 868 089	1 118 746	97 800	1,4%
10	УралСиб	1 861 506	808 785	105 202	-
11	МАКС	1 765 420	426 860	174 347	-
12	ГСК «Югория»	1 759 519	868 509	119 530	-
13	Стандарт-Резерв	1 719 147	717 528	42 035	-
14	АльфаСтрахование	1 718 814	н.д.	н.д.	-
15	СОГАЗ	1 218 227	360 493	44 392	135,4%
16	«Спасские ворота»	778 301	315 073	67 409	-
17	«ОРАНТА»	768 775	238 416	38169	-
18	«Русский мир»	680 710	н.д.	н.д.	318,1%
19	«Капиталь Страхование»	311 937	22 456	22 305	-

Источник: «Эксперт РА»

Основные тенденции розничного банкострахования заключаются, с одной стороны, в стабильном увеличении объемов страхования и числа заключенных договоров, а с другой стороны, в конкуренции между страховщиками за клиентов банков. Сегодня банки все чаще обращают внимание на технологичность страховщиков, уровень сервиса, как на этапе сопровождения договора, так и в процессе урегулирования убытков. Заинтересованность страховых компаний в банковском канале и напряженная конкурентная среда приводят в целом к эволюционному развитию рынка: необходимо не только оперативно заключить договор страхования, но и быть готовым к качественному урегулированию возможных страховых случаев, а также придерживаться разумной и конкурентоспособной тарифной политики, оптимизировать бизнес-процессы. В выигрыше оказываются все участники рынка: банк покрывает страховой защитой часть своих рисков, возникающих при кредитовании, и тем самым снижает размеры резервирования по ссудам; страховая компания наращивает объемы бизнеса, и при этом защищаются интересы заемщика – клиента банка.

Рисунок 2. Розничное банкострахование вносит существенный вклад как в структуру взносов, так и в выплаты страховых компаний (2007 г.)



Примечание: Структура взносов и выплат рассчитывалась на основе данных тех компаний, которые предоставили информацию в полном объеме (12 компаний)

Источник: «Эксперт РА»

На фоне активного развития розничного банкострахования, объемы премий, полученных по корпоративному страхованию и тем более по страхованию собственно банковских рисков, невелики: соответственно, порядка 17 и 5%. Изменить ситуацию в пользу страхования юридических лиц при кредитовании может развитие кредитования малого и среднего бизнеса, чему сегодня уделяют внимание практически все универсальные банки. Однако в ближайшее время значительные структурные сдвиги в банкостраховании вряд ли произойдут: объемы розничного страхования растут интенсивнее корпоративного направления. По нашим оценкам, темпы прироста объемов страхования юридических лиц (всего, включая банкострахование) в 2007 г. составили около 10%, а по розничному страхованию – 32,5%.

Страхование при автокредитовании

В розничном портфеле банкострахования наибольшая доля приходится на автострахование – около 78%. Это вполне объяснимо: на российском рынке в последние годы наблюдается настоящий бум продаж автомобилей, в котором далеко не последнюю роль играют автокредиты. Так, **Егор Лысой**, продакт-менеджер по автострахованию СГ «УралСиб», отметил ведущую роль кредитования на автомобильных рынках в регионах, а следовательно, и в авто-, и в банкостраховании: «Больше половины продаж автомобилей

в регионах осуществляется в кредит. Страховые компании в этом случае получают возможность продать сразу два продукта: и ОСАГО, и каско, причем тому целевому сегменту, который они для себя определили. Свободные продажи, не кредитные, не всегда сопровождаются заключением договора на автокаска, приобретается только ОСАГО. Вот почему для страховщиков так важен банковский канал».

Рисунок 3. В структуре рынка банкострахования в 2007 г. преобладает розничное направление, сформированное в большей степени автокредитованием



Источник: «Эксперт РА»

Таблица 4. Компании-лидеры страхования каско при автокредитовании, 2007 г.

Место	Страховая компания / группа компаний	Страховые взносы, тыс. руб.	Страховые выплаты, тыс. руб.	Количество заключенных договоров, шт.	Уровень выплат	Размер взносов на 1 договор страхования, тыс. руб.	Темпы прироста за 2007г.
1	Росгосстрах	6 400 000	н.д.	н.д.	-	-	-
2	РЕСО-Гарантия	5 074 078	1 453 222	70 649	28,6%	71,8	-
3	Ингосстрах	4 926 326	2 934 152	53 072	59,6%	92,8	4,2%
4	«Цюрих. Ритейл»	2 576 307	1 137 592	83 356	44,2%	30,9	24,6%
5	ВСК	2 190 000	876 287	61 534	40,0%	35,6	9,0%
6	РОСНО	1 822 963	1 385 445	36 412	76,0%	50,1	19,8%
7	МСК	1 674 099	1 056 790	38 050	63,1%	44,0	-1,0%
8	УралСиб	1 490 626	730 874	46 943	49,0%	31,8	-
9	Стандарт-Резерв	1 477 452	601 544	25 392	40,7%	58,2	-
10	«Ренессанс Страхование»	1 475 199	637 969	22 443	43,2%	65,7	239,8%
11	МАКС	1 362 409	475 127	58519	34,9%	23,3	-
12	ГСК «Югория»	1 215 593	802 400	39 624	66,0%	30,7	-
13	АльфаСтрахование	827 316	н.д.	н.д.	-	-	4334,8%
14	«ОРАНТА»	685 474	215 955	19055	31,5%	36,0	-
15	СОГАЗ	642 579	355 360	24 715	55,3%	26,0	70,1%
16	«Спасские ворота»	558 041	294 956	23 154	52,9%	24,1	-
17	«Русский мир»	450 108	н.д.	н.д.	-	-	316,8%
18	«Капиталь Страхование»	75 691	9 698	1 049	12,8%	72,2	-

Источник: «Эксперт РА»

Достаточно интересно в такой ситуации складываются взаимоотношения внутри треугольника «автосалон – банк – страховая компания». Участниками исследования отмечалось увеличение роли автосалонов, укрепление их позиций на рынке: за автосалоном остается решение о сотрудничестве как с банками, так и со страховщиками. Директор департамента инвестиций ОАО «ГСК «Югория» **Елена Боронина** комментирует ситуацию следующим образом: «Если раньше салоны с банками работали как равноправные партнеры, то сейчас салоны, особенно торгующие иномарками, имеющими большой спрос на рынке, играют определяющую роль в таком партнерстве в отношении комиссий и других условий сотрудничества. Даже крупные банки соглашались работать со страховщиками на территории автосалонов с минимальным комиссионным вознаграждением (1-2%), все остальное забирает автосалон. Конечно, это связано еще и с тем, что наблюдается недостаток автомобилей. Если бы поставки автомашин осуществлялись в больших объемах и квоты на Россию были бы увеличены, тогда, наверное, в приоритете были бы банки, потому что они работают с клиентами, принимают решение о выдаче кредитов. Все зависит от того, кто «держит» клиента. Соответственно страховые компании в такой схеме взаимодействия почти всегда находятся на последнем месте».

Выход на рынок автокредитования финансовых структур автоконцернов в краткосрочной перспективе не изменит сложившихся принципов работы, даже если вслед за банками на наш рынок будут выходить и страховые компании. Как отмечает **Валерий Ермаков**, начальник управления банковского страхования Страховой Группы «СОГАЗ», «для российских страховщиков это серьезный стимул к повышению качества обслуживания и разработке дополнительного набора страховых и сервисных услуг. Однако следует отметить, что российские автостраховщики на данный момент имеют ряд преимуществ, таких как знание специфики российского рынка и многолетний практический опыт работы». Хотя с точки зрения качества финансовых услуг, по мнению **Максима Туктарова**, начальника управления по работе с корпоративными клиентами ОАО «АФ Банк», «нам еще есть чему учиться у западных компаний. Иностранцы выходят на наш рынок, а также компании, привлекающие внешних стратегических инвесторов, могут привнести прежде всего развитую культуру страхования, индивидуальный подход к клиенту, высокий уровень перестрахования и гарантии страховой защиты».

Однако у некоторых участников рынка активность западных финансовых структур вызывает некоторые опасения. Заинтересованность автодилеров в увеличении объемов продаж может привести к появлению более выгодных предложений по кредитам от их финансовых структур. Это повысит конкуренцию на рынке среди банков и может повлиять на аккредитацию страховых компаний: соответствовать требованиям новых сильных игроков в лице финансовых структур автоконцернов смогут далеко не все страховые компании. **Светлана Лосякова**, руководитель управления развития СК «Стандарт-Резерв», комментирует ситуацию следующим образом: «Открытие в России дочерних банков автомобильных компаний надо связывать не только с увеличением доли продаж модельного ряда данных концернов, но и с крупными инвестициями в строительство сборочных заводов и объектов дилерской сети. В связи с ориентированностью банков автокомпаний не столько на получение прибыли, сколько на рост сбыта своих автомобилей, их условия кредитования выгодней: ставки по кредитам ниже, сроки кредитования больше».

По мнению участников рынка, автокредитование сохранит свой статус «локомотива» розничного банкострахования и в 2008 г., даже при условии некоторого снижения его темпов роста. При этом стоит отметить, что в кредитовании на приобретение авто наблюдается тенденция постепенного перехода в премиум-сегмент, что может способствовать увеличению объемов собранных премий. Однако вместе с этим будут расти и риски, которые берут на себя страховые компании.

С точки зрения качества портфеля, этот вид страхования отличается высокой убыточностью. Кроме того, убыточность по «кредитному» портфелю бывает выше, чем по «некредитному», поэто-

му страховщики для повышения уровня диверсификации заинтересованы в развитии и других видов (прежде всего, ипотечного страхования). Популярность автокредитов может стимулировать и другие виды страхования, кроме каско. Так, автокредитование может использоваться для повышения объемов премий по страхованию жизни и здоровья заемщиков. Ситуацию комментирует **Доминик Брабан**, коммерческий директор Русфинанс-Банка: «На рынке автокредитования прослеживается тенденция к увеличению сроков кредита. Мы предлагаем кредиты на срок до 7 лет. Так как это довольно длительный срок, учитывая демографическую и социальную ситуацию в России, мы стараемся застраховаться от негативных и даже трагических событий в жизни клиента и избегать ситуаций требования возмещения по кредиту от родственников заемщика (вдовы, детей). Таким образом, мы предлагаем нашим заемщикам страхование жизни и здоровья при автокредитовании, но по этому виду страхования у клиента всегда есть право выбора: застраховаться или нет».

Ипотечное страхование

Ипотека – один из наиболее активно развивающихся сегментов банковской розницы. В результате некоторых проблем с ликвидностью в банковской системе темпы роста ипотечного кредитования в 2008 г., вероятно, снизятся. Так, по мнению **Виталия Княгиничева**, директора департамента комплексного страхования ОСАО «Ингосстрах», «темпы роста ипотечного страхования в 2008 г. в Москве и Московской области не превысит 35-40%, а в 2006 г. этот показатель составлял более 24%». Тем не менее, этот вид кредита является одним из наиболее перспективных с точки зрения банкострахования. Сложный и «длинный» по срочности ипотечный продукт сопряжен со значительными рисками, что осознается всеми участниками рынка, и что более важно, конечным потребителем услуги – клиентами банков. Так, при отмене обязательного страхования жизни заемщика объемы страхования данного риска не сократились, в большей степени по причине заинтересованности банков в покрытии этого очень серьезного для них риска, хотя в этом виде страхования и заемщики банков также не хотят рисковать. **Полина Твердохлеб**, начальник отдела по работе со страховыми и оценочными компаниями Инвестиционного банка «КИТ Финанс», рассказывает: «При получении ипотечного кредита мы всегда разъясняем заемщикам необходимость страхования – ведь это не «лишние траты», а способ обезопасить себя и своих близких от последствий тех или иных возможных неблагоприятных обстоятельств. Клиенты осознают возможные риски и страхуются». Кроме того, как отмечает **Алексей Успенский**, заместитель председателя правления Русского Ипотечного Банка, «отсутствие страхового покрытия неизбежно будет приводить к увеличению процентной ставки по кредиту. Причем расходы, вызванные этим увеличением, перекроют экономию заемщика на страховом тарифе». Сегодня большинство банков включают страхование жизни заемщика в список обязательных условий кредитования, исключение – Сбербанк, требующий вместо этого надежных поручителей.

Таким образом, наиболее часто встречается ситуация, когда банк при ипотечном кредитовании заинтересован в страховании и жизни заемщика, и залогового имущества. Ситуация со страхованием титула неоднозначная: по характеру риска оно наиболее актуально при совершении ипотечной сделки на вторичном рынке жилья, который сегодня в России наиболее развит, но степень его использования банками неоднородная: одни включают его в список требований по ипотеке, а другие – нет.

Ипотечное страхование, несмотря на отлаженность схемы, продолжает оставаться очень индивидуальным в том смысле, что страховые компании при организации бизнес-процессов с конкретным банком по данному виду «настраивают» свой продукт (банки внимательно относятся к покрываемым страховой защитой рискам, условиям договора страхования и проч.). Однако постепенно происходит частичная стандартизация ипотечного страхования в случае значительных объемов относительно идентичных договоров или в рамках взаимодействия с одним или несколькими банками. Как правило, она касается упрощенной системы андеррайтинга по договорам страхования на относительно небольшие

суммы (по разным компаниям разброс в диапазоне 100-300 тыс. долл.) и при определенном «портрете» потенциального заемщика. **Елена Воробьева**, начальник Управления организации работы с банками СК «МАКС», комментирует: «В настоящее время процедура андеррайтинга рисков по ипотечному страхованию в восьмидесяти процентах случаев стандартизирована. По личному страхованию созданы тарифные сетки, которые учитывают основные параметры. Индивидуально рассматриваются заемщики при большой сумме кредита – свыше трехсот тысяч долларов США, занятые на рискованной работе или имеющие проблемы со здоровьем. Страхование предмета залога практически полностью стандартизировано – под минимальный тариф страхуются без осмотра помещения, являющегося предметом ипотеки. «Вручную» приходится работать с титульным страхованием. Однако в связи с повышением качества работы Федеральной регистрационной службы, проблемных сделок с недвижимостью становится меньше и меньше». Трудоемкость и индивидуальность работы с титульным страхованием подчеркивает и **Роман Варламов**, начальник отдела ипотечного страхования управления коммерческого страхования ОАО «КапиталЪ Страхование»: «При титульном страховании каждый документ вообще рассматривается индивидуально с привлечением и юристов, и сотрудников из службы безопасности, особенно если речь идет о большой сумме», что делает этот вид страхования наиболее сложным с точки зрения включения в «коробочный» продукт.

Таблица 5. Компании-лидеры ипотечного страхования
(включая страхование залога, титула и жизни заемщика), 2007 г.

Место	Страховая компания / группа компаний	Страховые взносы, тыс. руб.	Страховые выплаты, тыс. руб.	Количество заключенных договоров, шт.	Уровень выплат	Размер взносов на 1 договор страхования, тыс. руб.	Темпы прироста за 2007 г.
1	ВСК	1 140 000	116 000	79 200	10,2%	14,4	85,7%
2	Росгосстрах	828 000	н.д.	н.д.	-	-	-
3	Ингосстрах	583 644	33 853	16 011	5,8%	36,5	40,6%
4	АльфаСтрахование	537 665	н.д.	н.д.	-	-	5907,4%
5	«СОГАЗ»	528 872	886	10 450	0,2%	50,6	418,0%
6	ГСК «Югория»	373 076	15 388	32 069	4,1%	11,6	-
7	РОСНО	257 445	9 019	20 515	3,5%	12,5	140,0%
8	«Ренессанс Страхование»	256 490	1 094	8 959	0,4%	28,6	83,7%
9	УралСиб	256 000	32 064	20 688	12,5%	12,4	-
10	«Спасские ворота»	203 229	16 166	40 716	8,0%	5,0	-
11	Стандарт-Резерв	184 760	95 712	6 096	51,8%	30,3	-
12	«Русский мир»	139 712	н.д.	н.д.	-	-	210,5%
13	«КапиталЪ Страхование»	111 621	411	12 556	0,4%	8,9	-
14	РЕСО-Гарантия	110 000	8 083	7 514	7,3%	14,6	-
15	МАКС	91 876	3 258	8 302	3,5%	11,1	-
16	МСК	71 797	11 832	8 575	16,5%	8,4	2,6%
17	«Цюрих. Ритейл»	45 384	107	3 862	0,2%	11,8	500,2%
18	«ОРАНТА»	19 671	5 276	649	26,8%	30,3	-

Источник: «Эксперт РА»

Эксперты страхового рынка обращают внимание на наличие «пробелов» в законодательстве, относящихся к ипотечному страхованию. Так, **Владимир Черников**, первый заместитель генерального директора ООО СК «ОРАНТА», отмечает, что помимо проблем с «настройкой» ипотечного страхования под каждый банк и организацией и оптимизацией процессов работы с банками, «успешное преодоление которых зависит от страховой компании, существуют практически неразрешимые вопросы, которые никак не отражены ни в законе, ни сформулированы банками-кредиторами. Ярким примером является имущественное страхование объекта залога в виде земельного участка: нигде не обозначено, какая страховая защита требуется при залоге земли. Страхуем от пожаров и заливов, банки не против, заемщики вынуждены соглашаться: закон есть закон».

Такие новые для российского рынка ипотечного страхования виды как «бридж-страхование» при рефинансировании ипотечных кредитов (страхование временного лага, при котором объект снимается с залога одного банка и передается другому) и страхование первоначального взноса (при рассрочке взноса) массового спроса на сегодня не формируют. Следовательно, страховщики, заинтересованные в стабильности канала продаж и в увеличении объемов взносов по нему, в большинстве случаев не делают акцента на этих видах, не считают их приоритетными. Такие проекты, скорее, «пробуются» игроками, так как с их помощью можно открыть новые рыночные ниши, причем банки также проявляют в них заинтересованность. **Игорь Жигунов**, заместитель председателя правления ООО «Городской Ипотечный Банк», считает, что на российском рынке «возможны различные вариации, вопрос лишь в цене и адекватности применения того или иного вида. Если мы говорим о страховании части ссудной задолженности клиентов, например, первоначального взноса, то здесь, во-первых, возникает вопрос о величине страхового тарифа: так как у компаний нет необходимой страховой статистики, тариф, наверняка, будет высоким, а второй момент – мотивация клиентов в исполнении обязательства, если риск уже застрахован и оплачен».

Развитие продуктовой линейки и банков, и страховых компаний при совместной работе на финансовом рынке в настоящее время происходит в направлении все большей сегментации (например, ипотечные программы для молодых семей), что более логично на текущем этапе развития рынка.

Бесспорно, объемы по страхованию ипотечных сделок, а также жизни и здоровья заемщиков потребительских кредитов (включая держателей кредитных карт) растут. В ближайшее время это не приведет к существенному изменению структуры банковского ритейла и связанного с ним страхования, пальма первенства в краткосрочной перспективе останется у автомобильного рынка, хотя уже происходит некоторое смещение акцентов.

Страхование заемщиков по потребительским кредитам

Страхование жизни заемщиков по потребительским кредитам – простой и удобный для заемщиков продукт. В большинстве случаев данный вид страхования «упаковывается» в кредит на добровольной основе заемщика, при этом процедуры принятия риска на страхование стандартны (если заемщик «проходит» по основным параметрам для стандартного расчета тарифа). Так как потребительские кредиты оформляются преимущественно в точках продаж, наиболее удобная схема для клиентов в случае желания застраховаться на сумму кредита – одновременное оформление всех необходимых документов. Это вызывает заинтересованность и у страховых компаний, которые предлагают банкам специальное программное обеспечение для расчета стоимости страхования и оформления полиса либо с готовностью используют разработанные IT-решения самих банков.

Фактором роста банкострахования беззалоговых кредитов является активное развитие рынка кредитных карт, который постепенно вытесняет рынок потребительских кредитов в точках продаж. Однако

в полной мере данный вид страхования проявит себя в том случае, когда кредитная карта будет восприниматься в качестве полноценного платежного средства, что отразится на интенсивности ее использования при безналичной оплате товаров и услуг, а следовательно, и на собираемых премиях. Страховые компании, подготовившие и внедрившие свои продукты на рынок «пластика», в среднесрочной перспективе смогут ощутить эффект от данного вида страхования. Кроме того, именно «карточные» кредитные продукты наиболее удобны для создания ко-брендинговых программ (например, программа «Точка опоры» страховой группы «РАСО» и банка «ЗЕНИТ»), хотя в настоящее время и банки, и страховые компании с осторожностью рассматривают такую форму сотрудничества, так как не совсем понятно, какова будет реакция ФАС.

Таблица 6. Компании-лидеры страхования жизни и здоровья
(в том числе страхование от несчастных случаев) заемщиков банков, 2007 г.

Место	Страховая компания/группа компаний	Страховые взносы, тыс. руб.	Страховые выплаты, тыс. руб.	Количество заключенных договоров, шт.	Уровень выплат	Размер взносов на 1 договор страхования, тыс. руб.
1	Чешская СК	2 630 376	н.д.	2 876 427	-	0,9
2	АльфаСтрахование	353 833	н.д.	н.д.	-	-
3	ВСК	152 000	15 000	150 000	9,9%	1,0
4	«Ренессанс Страхование»	149 264	5 650	13 084	3,8%	11,4
5	«КапитальЪ Страхование»	122 321	11 728	8 170	9,6%	15,0
6	РОСНО	118 527	9 536	37 317	8,0%	3,2
7	«Цюрих. Ритейл»	87 466	7 655	20748	8,8%	4,2
8	МАКС	87 424	2 130	57 623	2,4%	1,5
9	МСК	65 159	21 836	29 473	33,5%	2,2
10	ГСК «Югория»	56 523	3 678	13 322	6,5%	4,2
11	Росгосстрах	47 343	н.д.	н.д.	-	-
12	РЕСО-Гарантия	34 062	5 369	8 543	15,8%	4,0
13	«Русский мир»	20 216	н.д.	н.д.	-	-
14	Стандарт-Резерв	16 850	5 235	4 741	31,1%	3,6
15	УралСиб	16 300	500	4 711	3,1%	3,5
16	«Спасские ворота»	10 458	413	2 083	3,9%	5,0
17	«ОРАНТА»	9 877	286	351	2,9%	28,1
18	СОГАЗ	5 389	552	6 740	10,2%	0,8
19	Ингосстрах	3 595	242	3	6,7%	1198,3

Источник: «Эксперт РА»

Интересно, что при беззалоговом кредитовании, в отличие от автокредитования и ипотеки, список партнеров банков-лидеров включает всего по одной страховой компании. Например, ХКФ-Банк работает по данному направлению с Чешской страховой компанией, банк «Русский стандарт» со страховой компанией «Русский стандарт», Банк Москвы с Московской страховой компанией (МСК), Альфа-Банк с АльфаСтрахованием и т. д. Либо банкострахование по данному виду не входит в область повышенного внимания ФАС (гораздо меньшие страховые суммы), либо вопрос о добросовестной конкуренции при страховании заемщиков потребительских кредитов (включая кредитные карты) будет следующим «пунктом» в регулировании канала банкострахования.

Страхование рисков юридических лиц, связанных с банковскими услугами

Корпоративное направление банкострахования «набирает обороты» вслед за ростом финансирования малого и среднего бизнеса, а также рынка лизинга.

Страхование рисков юридических лиц, связанных с банковскими услугами, по нашим оценкам, составляет порядка 17% банкострахования. Большая часть корпоративного банкострахования приходится на покрытие рисков повреждения или утраты залогового имущества (табл. 7). В последние годы на развитие данного направления оказывает влияние активность банков в кредитовании субъектов малого и среднего бизнеса, а также рост рынка лизинговых услуг. Так, по нашим данным, на конец 2007 г., кредитование по данным направлениям увеличилось вдвое, в итоге объемы кредитования малого бизнеса достигли 21 млрд долл., объемы рынка лизинга достигли 39 млрд долл., при этом порядка 75% лизингового имущества приобретается за счет кредитных средств.

Таблица 7. Компании-лидеры корпоративного страхования рисков клиентов банков, связанных с банковскими услугами, 2007 г.*

Место	Страховая компания/группа компаний	Страховые взносы, тыс. руб.	Страховые выплаты, тыс. руб.	Количество заключенных договоров, шт.	Темпы прироста за 2007 г.	Доля страхования залогового имущества ЮЛ в корпоративном страховании
1	Росгосстрах**	3 522 000	н.д.	н.д.	-	-
2	ВСК	2 920 366	н.д.	н.д.	33,5%	99,1%
3	УралСиб	1 121 000	224 311	27 186	-	-
4	СОГАЗ	918 972	213 034	10 030	108,5%	99,7%
5	Ингосстрах	575 752	55 272	12 202	40,2%	100,0%
6	АльфаСтрахование	299 030	н.д.	н.д.	-	-
7	РЕСО-Гарантия	298 546	48 257	7 871	-	100,0%
8	РОСНО	268 459	715	5 280	-72,1%	83,1%
9	«КапиталЪ Страхование»	265 258	3 097	2 838	-	10,3%
10	ГСК «Югория»	228 402	36 277	6 038	-	50,8%
11	«Ренессанс Страхование»	202 308	2 749	2 530	-7,3%	32,7%
12	МАКС	200 433	3 243	6 925	-	45,6%
13	МСК	188 715	5 047	5 007	-4,0%	98,9%
14	«Русский мир»	126 874	н.д.	н.д.	29,5%	100,0%
15	«Цюрих. Ритейл»	92 847	13 381	4 016	57,8%	89,6%
16	«ОРАНТА»	83 518	104	1 618	-	78,7%
17	«Спасские ворота»	42 682	1 450	1 477	-	95,7%
18	Стандарт-Резерв	33 918	967	867	-	93,3%

*По данным компаний, раскрывших информацию по данному виду страхования

**Включая страхование операций финансовой аренды (лизинг), которые осуществляют банки-партнеры и их структурные подразделения

Источник: «Эксперт РА»

По данным нашего исследования, уровень выплат по страхованию рисков юридических лиц через банковских канал в 2007 г. составил порядка 13%. Это значительно ниже, чем в розничном банко-

страховании, и ниже, чем уровень выплат по страхованию юридических лиц в целом по рынку (около 32%). На первый взгляд, это может говорить о том, что страховщики по банковскому каналу извлекают больше выгоды: тарифы по страхованию – рыночные, а уровень выплат – гораздо ниже. Однако это утверждение требует подтверждения на основе дополнительного анализа, в том числе анализа уровня убыточности, так как уровень выплат позволяет оценить ситуацию лишь в первом приближении. В данном случае, что более вероятно, низкие значения уровня выплат объясняются активным ростом страхового портфеля: темпы роста сбора премий опережают темпы роста выплат по страховым случаям.

Таблица 8. Компании-лидеры страхования залогового имущества юридических лиц-заемщиков банков, 2007 г.

Место	Страховая компания/ группа компаний	Страховые взносы, тыс. руб.	Страховые выплаты, тыс. руб.	Количество заключенных договоров, шт.	Уровень выплат	Размер взносов на 1 договор страхования, тыс. руб.	Темпы прироста за 2007г.
1	ВСК	2 894 000	н.д.	н.д.	-	-	81,7%**
2	СОГАЗ	916 073	211 295	9 966	23,1%	91,9	126,7%
3	Ингосстрах	575 752	55 272	12 202	9,6%	47,2	40,2%
4	РОСНО	223 155	715	4277	0,3%	52,2	-
5	МСК	186 710	4 456	4 975	2,4%	37,5	88,4%
6	«Русский мир»*	126 874	н.д.	н.д.	-	-	29,5%**
7	ГСК «Югория»	116 061	9 420	3 145	8,1%	36,9	-
8	МАКС	91 306	1 447	3697	1,6%	24,7	-
9	«Цюрих. Ритейл»	83 175	12 812	3728	15,4%	22,3	70,3%
10	«Ренессанс Страхование»	66 135	2 343	1 160	3,5%	57,0	-67,5%
11	«ОРАНТА»	65 720	104	866	0,2%	75,9	-
12	«Спасские ворота»	40 831	1 450	1234	3,6%	33,1	-
13	Стандарт-Резерв	31 647	243	745	0,8%	42,5	-
14	«Капиталъ Страхование»	27 400	1 028	321	3,8%	85,4	-

* Включая страхование товаров на складе и товаров в обороте

** В 2006 г. данные включали страхование товаров на складе и товаров в обороте

Источник: «Эксперт РА»

Страхование рисков банков

ДМС и имущественное страхование остаются наиболее распространенными видами в страховании рисков кредитных организаций в России. Комплексное страхование ВВВ – «имиджевая роскошь» для нашего рынка.

Страхование рисков банков остается по-прежнему мало востребованным. Наиболее распространенными видами, по данным компаний-участников исследования, являются добровольное медицинское страхование сотрудников банков (63,4% во взносах), страхование автопарка банков (14,1%) и недвижимости (10,6%). Большой интерес для банков представляет страхование ценного имущества, находящегося в хранилищах и операционных кассах, банкоматов и наличных денежных средств в них, а также страхование ценностей клиентов банка во время перевозки. Естественно, такое страхование по силам далеко не всем компаниям страхового рынка. Крупные страховщики могут предложить комплексный полис с большим покрытием рисков или же индивидуальные решения исходя из различных комбинаций рисков, разной степени охвата филиальной сети банков.

Таблица 9. Компании-лидеры страхования рисков банков, 2007 г.*

Место	Страховая компания/ группа компаний	Страховые взносы, тыс. руб.	Страховые выплаты, тыс. руб.	Количество заключенных договоров, шт.	Уровень выплат	Размер взносов на 1 договор	Темпы прироста за 2007г.
1	ВСК	626 118	277 418	17 184	44,3%	36,4	0,7%
2	РОСНО	608 231	12 340	280	2,0%	2172,3	н.д.
3	Ингосстрах	258 973	67 741	1 627	26,2%	159,2	12,9%
4	СОГАЗ	127 290	66 931	64	52,6%	1988,9	48,7%
5	УралСиб	125 286	79 057	140	63,1%	894,9	н.д.
6	МАКС	122 589	37 496	1 220	30,6%	100,5	н.д.
7	«Ренессанс Страхование»	113 754	109 066	681	95,9%	167,0	-9,4%
8	«ОРАНТА»	88 875	78 430	861	88,2%	103,2	н.д.
9	МСК	76 432	0	489	0,0%	156,3	13,3%
10	ГСК «Югория»	65 930	7 201	284	10,9%	232,1	н.д.
11	«Русский мир»	40 408	н.д.	н.д.	-	-	16,7%
12	«Спасские ворота»	35 371	12 876	2 776	36,4%	12,7	н.д.
13	АльфаСтрахование	28 675	н.д.	н.д.	-	-	н.д.
14	Стандарт-Резерв	8 209	3 492	168	42,5%	48,9	н.д.
15	«КапиталЪ Страхование»	3 526	0,00	157	0,0%	22,5	н.д.

*По данным компаний, раскрывших информацию по данному виду страхования

Источник: «Эксперт РА»

Сложные страховые продукты с широким страховым покрытием в России практически не развиты. Например, доля комплексного страхования банковских рисков (полис ВВВ) во взносах по страхованию рисков банков в 2007 г. составила всего 5%, в то время как в Европе это является обычной бизнес-практикой. Это связано с тем, что на сегодня основным мотивом страхования портфеля банковских

рисков выступает не желание банков защитить свои имущественные интересы, а, скорее, выполнение необходимых условий для выхода на мировые финансовые рынки, как сильная имиджевая составляющая. В России же далеко не все страховые компании в состоянии предложить сформированный продукт данного типа. Тем не менее страховщики рассчитывают на рост объемов и количества сделок по ВВВ. **Александр Май**, генеральный директор ЗАО «ЭРГО Русь» резюмирует: «Все преимущества страховой защиты очевидны, и несомненно, страхование ВВВ имеет тенденцию к постоянному росту».

Рисунок 4. Структура взносов по страхованию рисков банков в 2007 г.



Источник: «Эксперт РА»

Таблица 10. Компании-лидеры комплексного страхования рисков банков (ВВВ), 2007 г.

Место	Страховая компания/ группа компаний	Страховые взносы, тыс. руб.	Страховые выплаты, тыс. руб.	Количество заключенных договоров, шт.	Размер взносов на 1 договор страхования, тыс. руб.	Темпы прироста за 2007г.
1	Ингосстрах	46 000	0	11	4181,8	31,4%
2	АльфаСтрахование	28 675	н.д.	н.д.	-	-
3	СОГАЗ	17 955	0	3	5985,0	3,8%
4	МСК	11 090	0	3	3696,7	-
5	РОСНО	10 059	1 840	44	228,6	-8,6%
6	УралСиб	1 000	0	1	1000,0	-
7	«Капиталь Страхование»	788	0	71	11,1	-
8	«Ренессанс Страхование»	572	0	16	35,7	-90,3%
9	Стандарт-Резерв	51	0	1	51,0	-

Источник: «Эксперт РА»

Не наблюдается активного развития и по страхованию портфелей пластиковых карт от рисков мошенничества, а также страхования собственно кредитных рисков банков (кредитного портфеля). Одним из сдерживающих факторов является размер страхового покрытия: в случае работы с крупным банком (а именно сильные игроки могли бы быть заинтересованы в таком страховании) страховой компании необходимо было бы использовать перестрахование, причем у крупных западных перестраховщиков, что на сегодня достаточно проблематично. Кроме того, не многие банки способны пройти сюрвейерскую

проверку. Ситуацию комментирует **Максим Элик**, заместитель генерального директора Росгосстраха: «программы страхования кредитного портфеля не носят массового характера, в связи с тем, что, во-первых, для такого вида страхования от банка необходимо значительное раскрытие информации по кредитному портфелю, а также процедурам и методикам его оценки и управления, на что не все банки готовы идти сегодня. Во-вторых, процесс подготовки комплексного покрытия по страхованию кредитного портфеля может занять несколько месяцев, плюс сложность и высокий уровень согласования (обычно в банках согласование таких программ выносится на уровень правления). В-третьих, на сегодняшний день по данному виду страхования кредитных рисков российских банков отсутствует перестраховочный рынок – перестраховщики, как западные, так и российские, сегодня фактически воздерживаются от такого перестрахования – то есть страховая компания должна удерживать риск на себя, а учитывая размеры кредитных портфелей банков, это значительно сдерживает расширение количества таких программ». Таким образом, развитие и наращивание объемов по страхованию рисков банков за счет комплексного страхования ВВВ и отдельных операционных и кредитных рисков в ближайшей перспективе маловероятно.

Равноправное партнерство?

Процедура аккредитации страховых компаний в банках – естественный и необходимый процесс отбора надежных партнеров. Однако отсутствие законодательных норм, стандартизирующих данный процесс, позволяло сильным игрокам рынка банкострахования диктовать свои условия. Деятельность ФАС по разрешению данной ситуации – значительный шаг в сторону создания равноправных партнерских отношений.

В большинстве случаев сотрудничество инициируют страховые компании, они заинтересованы в развитии банковского канала, в том числе за счет расширения списка банков-партнеров. При этом процесс выбора банков для сотрудничества обусловлен стратегией страховщиков, уже существующим списком банков-партнеров, а также их ожиданиями от банкострахования: одни ориентированы на максимальный охват рынка по числу банков, другие – на увеличение именно активных банковских каналов. Тем не менее от сотрудничества выигрывают, прежде всего, крупные страховые компании: они имеют больше шансов пройти аккредитацию при федеральных банках и могут совместно с ними осваивать региональный спрос. Ситуацию комментирует **Дмитрий Мелик-Пашаев**, заместитель начальника отдела по работе с финансово-кредитными организациями ОСАО «РЕСО-Гарантия»: «Начиная сотрудничество с банком по страхованию заложенного имущества его заемщиков, страховая компания, в отличие от банка, не предъявляет к нему никаких требований по надежности, финансовой устойчивости и т.д., потому что банк не несет никакой финансовой ответственности перед страховой компанией. Мы осуществляем только страхование его клиентов по нашим стандартным условиям и правилам страхования и предлагаем им полный спектр наших услуг, также как и клиентам, пришедшим к нам самостоятельно».

Однако компании, делающие ставку на динамичное развитие банковских каналов, заранее оценивают перспективность сотрудничества с конкретным банком. Так, **Надежда Шарова**, директор дирекции по работе с финансовыми институтами ООО «1СК», считает, что выбор банка-партнера должен быть осознанным: «Мы опираемся на наш анализ банков, смотрим на розничный и корпоративный портфель банков, оцениваем динамику его развития, рост объемов бизнеса, и тогда понимаем, насколько банк для нас интересен. Если мы решаем работать с этим банком, то далее мы смотрим, кто из страховых компаний с банками уже работает, что они им предлагают, какие продукты, условия, качество сервиса. Мы оцениваем конкурентов и пытаемся найти что-то такое, что может в нас заинтересовать этот банк, разрабатываем для него предложение и только тогда выходим с ним на контакт». Таким образом, страховщики, понимая трудоемкость построения эффективного канала продаж, все чаще «сканируют» банки, выбирая наиболее интересные с точки зрения своей стратегии развития. Подход «лишь бы аккредитовали» с точки зрения развития бизнеса не всегда оправдан, тем более в случае заинтересованности страховщика в развитии розничного направления. **Светлана Лосякова**, руководитель управления развития СК «Стандарт-Резерв», в этой связи отмечает: «Мы открыты к сотрудничеству с банками, но в нашей компании выработан ряд критериев, по которым мы принимаем решения о возможности и направлениях сотрудничества с банками. В основном эти критерии касаются рискованной политики банка при осуществлении кредитных операций для населения, например, выбор сегмента рынка автокредитования (новые или поддержанные авто, работа с дилерами или субдилерами, максимальный возраст заемщиков и т. п.), а также иные условия сотрудничества».

Отметим, что сильные региональные банки для страховых компаний не менее интересны, чем федеральные, так как часто показывают хорошую динамику в рамках региона и более оперативны в принятии решений.

Инициатива сотрудничества переходит на сторону банков чаще в том случае, когда перед ними стоит задача выхода в новые для них регионы, на страховых рынках которых сильные позиции могут занимать региональные страховщики, не аккредитованные ранее в головном офисе.

Не секрет, что залогом эффективного сотрудничества на рынке является правильный выбор партнеров и оптимизация бизнес-процессов, что нашло отражение в процедуре аккредитации банка-

ми страховых компаний. Однако стремление партнеров извлекать максимум прибыли за счет не совсем рыночных условий (в том числе и ценовой сговор) не обошло стороной рынок банкострахования. В результате, внимание Федеральной антимонопольной службы коснулось института аккредитации страховых компаний при банках и условий их сотрудничества в сфере обслуживания интересов клиентов.

По мнению участников рынка, в самом принципе аккредитации нет ничего неестественного, банки заинтересованы в надежном покрытии своих рисков. Как отмечает **Евгений Гуревич**, исполнительный директор ОАО СК «Русский мир», «интерес ФАС в целом понятен, однако существующие процедуры аккредитации банков имеют свои преимущества, хотя в отдельных случаях могли быть более прозрачными. Банки заинтересованы работать в первую очередь с крупными финансово устойчивыми и хорошо зарекомендовавшими себя на рынке страховщиками». С этой целью они и выдвигают свои требования к страховщикам при рассмотрении возможного партнерства.

При аккредитации банки оценивают финансовое состояние страховой компании, репутацию компании на профессиональном и потребительском рынке, географию деятельности (степень пересечения филиальных сетей страховщиков с банком), способность покрывать определенные риски, а также рейтинги надежности. Хотя единого подхода к оценке страховых компаний у банков нет (в силу различий и по требуемым видам страхования и в результате разного подхода к системе оценки рисков), основные параметры аккредитации практически одинаковы. По мнению Агентства, банкам стоит обращать внимание на действующий рейтинг надежности страховых компаний еще на первоначальном этапе анализа: с одной стороны, на основе рейтинговой оценки можно предварительно отобрать наиболее надежных партнеров, а с другой, наличие у компании рейтинга говорит о её транспарентности перед участниками рынка, готовности к прохождению аккредитации. Подробнее информация о порядке проведения тендеров/аккредитации страховых компаний в банках, применяемом в настоящее время на российском рынке, и предложения «Эксперта РА» по её стандартизации приводится в приложении 1.

Мнение страховщиков о требованиях банков коррелирует с позициями компаний на рынке: крупные страховые компании реже считают их завышенными. Банкострахование является интересным каналом для страховых компаний, но, с другой стороны, растущие объемы страхового бизнеса делают привлекательным для банков сотрудничество со страховыми компаниями в части пополнения своей ресурсной базы, что отражается в наличии требования банков о размещении средств страховщиков на банковских депозитах. И хотя сейчас не все банки ставят это «во главу угла», в некоторых случаях это может препятствовать успешной аккредитации страховой компании. **Александр Федонкин**, заместитель генерального директора ОАО «МСК», говорит о принципах взаимоотношений с банками следующее: «Иногда банки выдвигают требования по размещению страховых резервов. Но мы проводим регулярно мониторинг текущей финансовой ситуации у банков и в соответствии с ним мы устанавливаем свои кредитные лимиты по конкретным банкам. Если требование банка оказывается выше нашего установленного для него лимита или же мы вообще не рассматривали в качестве возможного размещения временно свободных средств в данном банке, мы с таким банком не сможем работать».

Одним из негативных факторов процесса аккредитации является неопределенность сроков прохождения процедуры, представители страховых компаний сталкивались с такими ситуациями, когда аккредитация происходит в течение 1 – 1,5 лет, что, естественно, недопустимо в условиях российского достаточно динамичного финансового рынка.

Активность ФАС в установлении добросовестной конкуренции на рынке банкострахования вызвала противоречивый отклик у участников страхового рынка: с одной стороны, все «за» отсутствие заградительных мер банков при сотрудничестве, а с другой, действия ФАС не всегда были понятны, не было сделано акцента на разъяснение участникам рынка принятых правил взаимодействия. **Ирина Аграновская**, начальник управления партнерских программ Страховой группы РАСО, отмечает наличие некоторой неопределенности на рынке: «Действия ФАС привели к снижению активности и желания банков работать с новыми страховыми компаниями. Для клиентов, однозначно, было бы более удобно иметь возможность страховаться в той компании, в которой ему удобно. После предупреждений ФАС банки вынуждены усложнять схему взаимодействия со страховыми компаниями, что невыгодно ни для

банка, ни для страховой компании. Страховые компании, которые имели четкие договоренности с банками по реализации продуктовой линейки, теперь не имеют прежние объемы продаж». Тем не менее, при сохранении сегодня института аккредитации, страховщики отмечают и позитивные изменения: повышается уровень прозрачности требований банков, уходят в прошлое «эксклюзивные» партнерские программы.

Роль банкострахования в России на сегодня заключается не только в возможности увеличения портфелей страховщиков за счет «связанного» с кредитованием страхования. Страхование при кредитовании, являясь по сути «вмененным» продуктом, дает возможность оценить эффективность данного вида защиты имущественных и иных рисков, что косвенно приводит к повышению уровня финансовой грамотности населения. Кроме того, сам формат предоставления целого комплекса финансовых услуг, связанных между собой, меняет менталитет потребителя, расширяет его «финансовый кругозор».

Приложение 1. Процедура проведения тендеров/аккредитации страховых компаний в банках

Процедура проведения тендеров/аккредитации страховых компаний в банках
(применяется в настоящее время)

Процедура проведения тендеров/аккредитации в различных банках осуществляется по схожему сценарию. Как правило, к участию в тендерах/аккредитации допускаются страховые компании, соответствующие следующим **требованиям**:

1. Требование к **сроку работы** страховой компании на рынке страховых услуг.
2. Требование к **размеру страховой компании**. Как правило, анализируются следующие показатели: **совокупные активы (или активы-нетто), собственные средства, объем страховых премий**. Для некоторых банков первым ориентиром для аккредитации страховой компании служат наличие различных ранжиров (как правило, топ-30) или лидерство в отдельно взятых регионах.
3. Требование к наличию **разветвленной сети филиалов** страховой компании (особенно в местах размещения филиалов и отделений банков).
4. Требование по **размещению в банке средств страховой компании, ее партнеров и клиентов** (а также, возможно, обеспечение кросс-продаж).
5. Ряд дополнительных требований, например:
 - отсутствие невыполненных обязательств гражданско-правового характера страховой компании, ее дочерних (зависимых) и/или материнских структур перед банком;
 - отсутствие в договорах страхования условия о франшизе;
 - отсутствие судебных исков и т. д.

Если страховая компания удовлетворяет приведенным выше требованиям, то она обязана предоставить в распоряжение банка следующие **документы**:

1. Письмо с просьбой об участии в тендере/аккредитации и согласием на условия тендера/аккредитации и работы с банком.
2. Перечень и тарифы страховых услуг, предоставляемых банкам, в том числе содержащих в себе страхование передаваемого в залог имущества.
3. Действующие правила страхования имущества юридических лиц и страхования личного имущества.
4. Копии учредительных и иных документов, а именно:
 - Устав (Положение), зарегистрированный в установленном законодательном порядке, Учредительный договор (если законодательством предусмотрено его составление);
 - Свидетельство о государственной регистрации юридического лица;
 - лицензии на осуществление уставной деятельности, выданные органом лицензирования;
 - годовой отчет страховой компании за прошедший финансовый год;
 - аудиторское заключение за предыдущий отчетный год.
5. Отчетность страховой компании, а именно:
 - отчет о составе акционеров (участников) страховой организации (форма № 1-У);
 - баланс страховой компании (форма № 1 – страховщик);
 - отчет о прибылях и убытках страховой компании (форма № 2 – страховщик);
 - отчет о платежеспособности страховой компании (форма № 6 – страховщик);
 - отчет об операциях перестрахования (форма № 10 – страховщик);
 - информация о филиалах страховой компании (форма № 13 – страховщик);
 - сведения о деятельности страховой компании (форма № 1-СК).
6. Прочая информация (например, информация о выплатах страхового возмещения по имущественным видам страхования, в том числе по имуществу, являющемуся предметом залога).

Ряд банков (например, Сбербанк России) при проведении тендеров/аккредитации запрашивают **информацию о сотрудничестве с банком:**

- наличие расчетных и других счетов в банке;
- величина планируемого среднедневного остатка на счетах страховой компании в банке за квартал;
- планируемый объем размещения денежных средств страховой компании на депозитных счетах в банке и вложения в долговые ценные бумаги банка (векселя, депозитные сертификаты), среднедневной остаток за квартал;
- другая информация по работе с банком.

Одно из важнейших требований к страховой компании – **хорошее финансовое положение**. Оценка финансового положения проводится на основании отчетности, предоставленной страховой компанией. При этом анализ страховой компании с позиции вероятности выполнения обязательств перед банком и страхователем включает следующие этапы (приводится в обобщенном виде):

- анализ ликвидности активов;
- анализ соблюдения страховщиком условий платежеспособности;
- анализ показателей убыточности;
- анализ достаточности страховых резервов и собственных средств;
- анализ показателей прибыльности;
- анализ операций перестрахования;
- анализ субъективных факторов оценки (состав акционеров, срок работы компании, наличие разветвленной филиальной сети и представительств, спектр предоставляемых страховых услуг, страховые тарифы, имидж и деловая репутация на страховом рынке, публикации в прессе, места в рейтингах, открытость компании и готовность предоставлять информацию, наличие позитивных аудиторских заключений).

Решение об аккредитации страховой компании принимается руководством банка после проработки вопроса об аккредитации соответствующими службами банка. По итогам тендера/аккредитации со страховыми компаниями заключается соглашение о сотрудничестве, формализующее итоги тендера/аккредитации страховых компаний и условия сотрудничества банка и страховой компании. Для каждой аккредитованной компании устанавливается лимит страховых премий.

Процедура проведения аккредитации страховых компаний в банках
(предложения рейтингового агентства «Эксперт РА»)

1. Предварительный отбор страховых компаний для аккредитации.

Требования:

- 1.1. Срок работы страховой компании и ее место на рынке страховых услуг, в том числе в сегментах страхования имущественных рисков юридических лиц и страховании личного имущества граждан.

Данное требование позволяет отобрать компании, имеющие наибольший опыт по страхованию тех рисков, которые интересуют банк.

- 1.2. Размер страховой компании.

Вероятность невыполнения обязательств перед банком и страхователем «большой» страховой компанией существенно ниже, чем «мелкой» компанией. При этом для оценки размера страховой компании можно использовать следующие параметры: размер совокупных страховых взносов (без учета ОМС), размер собственных средств и размер страховых резервов, сформированных компаниями (за вычетом доли перестраховщиков и резерва по страхованию жизни). Первые два показателя характеризуют оборот компании и ее собственный финансовый потенциал, а третий показатель позволяет отсеять структуры, по сути дела, не занимающиеся страховой деятельностью (например, специализирующиеся на посреднических перестраховочных операциях).

Кроме того, оценка размерных характеристик страховой компании помогает в процессе установления лимитов страховых премий.

- 1.3. Наличие разветвленной сети филиалов и представительств страховой компании.

Во-первых, у страховых компаний с развитой и разветвленной филиальной сетью портфель является более сбалансированным, что существенно снижает риск невыполнения страховой компанией своих обязательств.

Во-вторых, выполнение данного требования позволяет банку донести свои продукты до более широкого круга клиентов.

- 1.4. Наличие определенного рейтинга надежности, присвоенного одним из признанных профессиональным сообществом рейтинговых агентств.

Данное требование позволяет банку уже на первом этапе процедуры аккредитации отобрать наиболее надежные страховые компании. Кроме того, наличие у страховой компании рейтинга неким образом облегчает работу банка по анализу ее финансового состояния. Ведь не секрет, что при выставлении рейтинга специалистами рейтингового агентства анализируется значительный объем информации, содержащейся как в официальной отчетности, так и во внутренней отчетности страховых компаний.

Рекомендуется использовать рейтинг надежности страховых компаний «Эксперт РА». Индивидуальные рейтинги надежности присвоены более чем 50-ти федеральным и региональным страховым компаниям, включая лидеров рынка. Ежегодно проводится актуализация рейтинга.

Рейтинг надежности страховых компаний рейтингового агентства «Эксперт РА»
 (по состоянию на 26.03.08г.)

Компания	Рейтинг	Динамика	Компания	Рейтинг	Динамика
«Авеста»	B+	присвоен	Региональный Страховой Центр	B+	присвоен
Азиятранс Ре	A	подтвержден	«Ренессанс Страхование»	A++	▲ повышен
«Ангара»	A	подтвержден	РОСНО	A++	подтвержден
АСКА	A+	подтвержден	«Россия»	A+	подтвержден
«Астро-Волга»	B++	присвоен	Росэнерго	A	подтвержден
«Гелиос Резерв»	B++	присвоен	Русская страховая компания	A	присвоен
Городская страховая компания	A	▲ повышен	Русский страховой центр	A+	▲ повышен
Группа «Авикос-АФЕС»	A+	присвоен	СК «Русский мир»	A+	подтвержден
Группа «КапиталЪ»	A++	подтвержден	СК «Сургутнефтегаз»	A+	подтвержден
Группа АльфаСтрахование	A++	подтвержден	СКМ	A	присвоен
Группа компаний «Росгосстрах»	A++	присвоен	«Согласие»	A+	подтвержден
Группа «СОГАЗ»	A++	подтвержден	«Спасские ворота»	A+	подтвержден
Гута-Страхование	A	подтвержден	Стандарт-Резерв	A	подтвержден
ЖАСО	A+	▲ повышен	Страховая группа «Адмирал»	A	присвоен
Железнодорожный страховой фонд	B+	присвоен	Страховая группа «АСКО»	B++	▲ повышен
Ингосстрах	A++	подтвержден	Страховая компания «Самара»	B+	присвоен
МАКС	A++	подтвержден	Страховой дом ВСК	A++	подтвержден
Межотраслевой страховой центр	A	подтвержден	«УралСиб», страховая группа	A++	▲ повышен
«Москва»	A	подтвержден	«Цюрих. Ритейл»	A+	подтвержден
Москва Ре	A++	подтвержден	«Чулпан»	A+	▲ повышен
Московская страховая компания	A+	подтвержден	«Шанс»	A	присвоен
НАСКО	A	подтвержден	«Шексна»	A+	подтвержден
«ОРАНТА»	A	присвоен	«Экспресс Гарант»	A	присвоен
«Основа»	A	подтвержден	«Энергогарант»	A+	подтвержден
«Пари»	A	подтвержден	«Югория»	A+	присвоен
Первая страховая компания	A	присвоен	ЮжУрал-АСКО	A	подтвержден
Проминстрах	B	присвоен	ЮЖУРАЛЖАСО	B++	присвоен
Профиль Ре	A	присвоен			

Рейтинг надежности компаний по страхованию жизни «Эксперт РА»

(по состоянию на 26.03.08г.)

Компания	Рейтинг	Динамика
«Ренессанс Жизнь»	A	присвоен
Страховая компания «СОГАЗ-ЖИЗНЬ»	A++	присвоен

2. Получение от страховой компании пакета документов для осуществления процедуры аккредитации.

Пакет документов содержит:

- 2.1. Письмо с просьбой об аккредитации и согласием на условия аккредитации и работы с банком;
- 2.2. Перечень и тарифы страховых услуг, предоставляемых банкам, в том числе содержащих в себе страхование передаваемого в залог имущества;
- 2.3. Действующие правила страхования имущества юридических лиц и страхования личного имущества граждан;
- 2.4. Копии учредительных и иных документов, а именно:
 - Устав (Положение), зарегистрированный в установленном законодательном порядке, Учредительный договор (если законодательством предусмотрено его составление);
 - Свидетельство о государственной регистрации юридического лица;
 - действующие лицензии на осуществление уставной деятельности, выданные органом лицензирования (если в процессе аккредитации у страховой компании будет приостановлена лицензия, она обязана своевременно сообщить об этом в банк);
 - годовой отчет страховой компании за прошедший финансовый год;
 - аудиторское заключение за предыдущий отчетный год;
 - краткое рейтинговое заключение и сертификат рейтингового агентства о действующем рейтинге;
 - информация о процедуре заключения договоров (типовые документы, выдаваемые заемщику банка и самому банку (страховой полис, договор страхования и т. д.), сроки оформления страховых полисов при страховании имущества, являющегося предметом залога и т. д.), а также о процедуре урегулирования убытков (перечень необходимых документов, сроки и т. д.).
- 2.5. Отчетность страховой компании, а именно:
 - отчет о составе акционеров (участников) страховой организации (форма № 1-У);
 - бухгалтерский баланс страховой организации (форма № 1 – страховщик);
 - отчет о прибылях и убытках страховой организации (форма № 2 – страховщик);
 - отчет о платежеспособности страховой организации (форма № 6 – страховщик);
 - отчет о размещении средств страховых резервов (форма № 7 – страховщик);
 - отчет об операциях перестрахования (форма № 10–страховщик);
 - информация о филиалах и представительствах страховой организации (форма № 13–страховщик);
 - отчет о составе активов, принимаемых для покрытия собственных средств страховой организации (форма № 14–страховщик);
 - сведения о деятельности страховой организации (форма № 1-СК).

Данный список документов почти ничем не отличается от того перечня, который в настоящее время запрашивают от страховых компаний большинство банков. Отличие – краткое рейтинговое заключение, информация о стандартных процедурах заключения договоров и урегулирования убытков. Первое позволит специалистам банка при оценке финансового состояния

страховой компании учесть риски, выявленные рейтинговым агентством. А информация о стандартных процедурах даст представление о качестве сервиса в страховой компании.

Кроме того, в список отчетности включены две формы: отчет о размещении средств страховых резервов (форма № 7 – страховщик) и отчет о составе активов, принимаемых для покрытия собственных средств страховой организации (форма № 1 – страховщик). Информация, содержащаяся в этих документах, позволит банкам проанализировать ряд существенных аспектов в деятельности страховой компании, например, ликвидность активов, инвестиционную политику и т. д.

3. Анализ финансового состояния страховой компании.

Включает следующие этапы:

- 3.1. Анализ ликвидности активов;
- 3.2. Анализ соблюдения страховщиком условий платежеспособности;
- 3.3. Анализ показателей убыточности;
- 3.4. Анализ достаточности страховых резервов и собственных средств;
- 3.5. Анализ показателей прибыльности;
- 3.6. Анализ операций перестрахования;
- 3.7. Анализ инвестиционной политики;
- 3.8. Анализ субъективных факторов оценки.

Необходимость такого анализа отпадает, если страховая компания обладает рейтингом надежности. По сути, все рассмотренные в текущем разделе этапы анализа присутствуют в кратком рейтинговом заключении. Таким образом, наличие у страховой компании рейтинга не только облегчает работу банка, но и существенно сокращает сроки осуществления процедуры аккредитации.

4. Вынесение решения банком об аккредитации/отказе в аккредитации.

5. Подписание заключения между банком и аккредитованной страховой компанией.

Приложение 2. Интервью с Виталием Княгиничевым, директором Департамента комплексного страхования ОСАО «Ингосстрах»

– Как можно в целом описать текущую ситуацию на рынке банкострахования? Будет ли развиваться данное направление?

– Надо сначала в терминах определиться. Что такое банкострахование? Банкострахование в явном виде – это накопительное страхование жизни, которое реализуется через банк, продажа полисов ОСАГО в банках, страхование держателей пластиковых карт. Все остальное – это использование возможностей партнерства банков и страховых компаний, например, за счет работы с общей клиентской базой, то есть это сотрудничество между банками и страховыми компаниями. Как это сотрудничество будет развиваться? Так, как будет развиваться общая ситуация на финансовых рынках. Так, например, в результате кризиса ликвидности на мировых рынках произошло снижение темпов роста объемов ипотечного направления.

Хорошо, что ФАС объявила о разработке нормативного акта, который будет регулировать порядок сотрудничества банков и страховых компаний. Сейчас существует некоторая неопределенность в этом направлении, и если отношения будут регламентированы, это позитивно скажется на рынке. К сожалению, в настоящее время сотрудничество между банками и страховыми компаниями есть, но настоящего партнерства на долгосрочной основе – нет. Банки пользуются страховой защитой, снижают свои риски, но при этом не всегда принимают во внимание интересы страховых компаний. Хотелось бы, чтобы банки, во-первых, в большей степени ориентировались на выбор надежных страховщиков, которые заинтересованы в сотрудничестве не на один год. Во-вторых, шли на встречу страховым компаниям в части условий страховых продуктов (например, в ряде случаев страховое покрытие по объективным причинам может быть несколько уменьшено, или же для определенных договоров целесообразно введение франшизы). Если бы удалось решить ряд таких моментов, сотрудничество могло бы быть более эффективным.

– Расскажите, пожалуйста, какие основные направления сотрудничества с банками ваша компания развивает в данный момент, и какие вам кажутся наиболее перспективными?

– Компания «Ингосстрах» развивает все возможные виды сотрудничества с банками на условиях взаимовыгодности. Наиболее активно мы работаем с банками в части автострахования, ипотечного страхования, а также страхования залогового имущества.

– Существует ли практика продажи банковских продуктов через офисы вашей компании, например, начисление возмещений при наступлении страхового случая на карту банка-партнера и т. п.? Какие страховые продукты распространяются через банковский канал продаж?

– Выплата страхового возмещения путем перечисления средств на имеющуюся у страхователя банковскую карту – это стандартная практика работы страховой компании. Другое дело, что мало кто способен выдать банковскую карту за один день. Еще в 2004 г. компанией «Ингосстрах» и банком «Союз» был реализован механизм, позволяющий клиенту получить банковскую карту и страховое возмещение на следующий день после обращения за выплатой по страховому случаю.

– Осуществляют ли банки-партнеры кросс-продажи ваших продуктов, не связанных напрямую с банковскими услугами? В качестве продавца выступает менеджер банка или же в операционном зале присутствует представитель страховой компании?

– Да, есть проекты по продаже банками-партнерами полисов ОСАГО.

– С какими критериями/принципами вы сталкиваетесь при прохождении аккредитации у банков?

Обычно рассматриваются разветвленная филиальная сеть, финансовая стабильность страховщика, опыт организации взаимодействия с кредиторами, возможность выполнить требования по объему необходимого страхового покрытия, качество и скорость предстрахового андеррайтинга, бесплатное проведение предстрахового медицинского обследования, предоставление возможности подписания договора страхования непосредственно в офисе кредитора, размер комиссионного вознаграждения.

– Отличаются ли критерии у разных банков, или список требований примерно одинаков? Не являются ли требования банков завышенными?

– Требования у разных банков примерно одинаковы, и часто они, действительно, жесткие.

– С каким количеством банков в настоящее время ваша компания работает?

– По ипотеке это порядка 40 банков.

– Применяет ли ваша компания какие-либо критерии при отборе банков-партнеров помимо широкой географии деятельности, или же компания готова рассматривать в качестве партнера любой крупный многофилиальный банк?

– Мы готовы рассмотреть предложения любого многопрофильного банка, обладающего хорошей репутацией.

– Изменился ли за прошедший год список банков, при которых аккредитована ваша компания?

– Да, он расширился.

– Планирует ли ваша компания увеличивать список банков-партнеров, или же будет делаться упор на усовершенствование технологий и повышение эффективности взаимодействия с уже существующими банками-партнерами?

– Одно не противоречит другому. Мы постоянно ведем работу как над совершенствованием технологий и повышением эффективности взаимодействия с банками, с которыми нас связывают длительные взаимоотношения, так и по расширению круга новых партнеров.

– Какие мероприятия проводятся с целью повышения эффективности взаимодействия с банками-партнерами?

– Мы проводим внедрение практики «одного окна», когда страхователю предоставляется возможность не посещать офис страховой компании как на стадии андеррайтинга страховых рисков, так и при подписании страхового договора. Так, при ипотеке клиент банка при такой схеме работы общается только с сотрудником в банке по всем вопросам. Исключение – кредит на большие суммы, в этом случае необходимо будет еще пройти медицинское обследование. Но даже в таком случае сбор всех необходимых документов из медицинского учреждения будет осуществляться нашими сотрудниками,

клиенту просто назначат дату, к которой будут готовы все документы по сделке. Практика «одного окна» работает и в автостраховании, здесь клиент по всем вопросам общается с дилером.

Помимо этого, мы сокращаем сроки предстрахового андеррайтинга, проводим либерализацию предстрахового медицинского андеррайтинга и совершенствуем технологии взаимодействия с банками при сопровождении заключенных договоров страхования.

– Разрабатывались ли вашей компанией какие-либо специальные ко-брендовые программы для сотрудничества с банками? Как к таким программам относятся банки?

– Да, в настоящее время по инициативе Ингосстраха разрабатывается проект выпуска ко-брендовой карты, являющейся ключевым элементом программы лояльности клиентов. Банки достаточно охотно идут на ко-брендовые проекты, т. к. это позволяет им получить клиентскую базу, обладающую некоей накопленной информацией о клиенте.

– Если говорить о рынке автострахования, произошли ли какие-либо изменения в схеме взаимодействия «банк – салон/автодилер – страховая компания»?

– Практически не произошли.

– Может ли значительно изменить ситуацию на рынке банкострахования выход на российский рынок финансовых концернов автопроизводителей?

– Мы уже сейчас успешно работаем с финансовыми концернами автопроизводителей, присутствующими на российском рынке.

– А отличается ли по убыточности портфель обычного автострахования и автострахования при приобретении автомобиля в кредит? Сказывается ли это на тарифах?

– Отличия в убыточности есть, однако их наличие связано не столько с тарифами, сколько с различиями в условиях страхования. При унификации условий страхования исчезнут и отличия в убыточности.

– А какие изменения произошли в ипотечном страховании? Изменилась ли ситуация в страховании ипотечных сделок после отмены требования обязательного страхования жизни заемщика? Отразилось ли это на сотрудничестве банков и страховых компаний?

– Уже больше года как внесены изменения в законодательство, согласно которым для выпуска ипотечных ценных бумаг не требуется обязательного страхования риска смерти и утраты трудоспособности заемщика. Эти изменения никак не отразились на объеме рисков, перекладываемых кредитором и заемщиками на плечи страховых компаний. Риск невозврата кредита по причине смерти или полной нетрудоспособности заемщика существует, последствием реализации данного риска неминуемо станет продажа объекта залога кредитором с предварительным выселением семьи заемщика. Поэтому наличие страховой защиты по риску смерти и утраты трудоспособности в большей степени выгодно заемщику, нежели кредитору.

– Отразился ли глобальный кризис ликвидности на объемах ипотечного страхования? А на условиях страхования (процедурах андеррайтинга)?

– Кризис наряду с прочими факторами привел к снижению темпов роста объемов ипотечного кредитования, который наблюдается в последние месяцы. Соответственно, замедлились и темпы роста объема ипотечного страхования. На мой взгляд, темп роста ипотечного страхования в 2008 году в Москве и Московской области не превысит 35-40%. В 2006 году этот показатель составлял более 240%.

– Что сейчас сдерживает развитие сотрудничества между банками и страховыми компаниями?

– Отсутствие единого регламента работы приводит к тому, что не всегда учитываются интересы страховой компании. Яркий пример – нежелание банков работать по договорам страхования, предусматривающим франшизу. Так, при автостраховании позиция банков следующая: наличие в договоре страхования франшизы может привести к снижению стоимости залогового имущества. То есть в случае дефолта заемщика банк будет вынужден реализовывать залог (транспортное средство), но в результате наличия мелких повреждений (которые не были соответствующим образом устранены по причине включения в договор условий франшизы) банк не сможет получить от него ожидаемых средств. На самом деле размер франшизы, предлагаемый страховыми компаниями, маленький, по сути, это не отразится значительным образом на стоимости залогового имущества. Но может очень сильно упростить работу страховым компаниям и сделать автострахование более рентабельным. Кроме этого, наличие франшизы приведет к снижению стоимости автокаско.

– В 2007 г. активно происходило вхождение иностранного капитала в российские банки и страховые компании. Как Вы думаете, появятся ли в связи с этим на рынке банкострахования новые продукты в ближайшие один-два года? Если да, то какие?

– Всегда идут споры о том, что такое продукт в страховании. И мы понимаем, что есть определенные виды страхования, это и есть продукт, а различные вариации этого вида страхования – это не новый продукт, а наличие дополнительных услуг. Я не думаю, что что-то новое в плане продуктов смогут принести «иностранцы», мы и сами знаем, какие продукты есть на западных рынках, и внедряем их на российский рынок, если они здесь востребованы. А с точки зрения технологии и маркетинга – наверное, да. Дело в том, что для активного развития, в том числе совершенствования IT-платформ и продвижения продуктов на рынке, необходимы значительные ресурсы, которые и могут предоставить иностранные инвесторы, это даже более важно. Дело в том, что у нашего рынка есть свои особенности, и применить иностранные IT-решения без адаптации невозможно, их надо, по сути, полностью переделывать, приводить в соответствие с нашим законодательством. Например, у нас нет четкого регламента по электронному документообороту, существует неопределенность с электронной подписью документов, что сильно усложняет работу особенно с регионами. Также определенный барьер для внедрения западных схем работы на рынке создается в связи с неразвитостью системы Интернет-платежей, у нас система безналичных расчетов еще совсем неразвита.