

НЕМКОВА О.И. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ БАНКОВ И СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ НА ПУТИ ПОСТРОЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СУПЕРМАРКЕТА КАК ВЫСШЕЙ ФАЗЫ ИНТЕГРАЦИИ СТРАХОВОГО И БАНКОВСКОГО БИЗНЕСА

Постановка проблемы. Как результат новых глобальных вызовов, в течение прошлых десятилетий в Украине сложилась тенденция в развитии финансовой сферы - усиление концентрации объемов финансовой деятельности через слияния и поглощения банковских и финансовых институтов. Высшей фазой интеграции банковского и страхового бизнеса является создание финансового супермаркета. Принцип финансового супермаркета становится все более популярным у организаций, оказывающих финансовые услуги населению. Актуальность темы вызвана интенсивным ростом различных форм взаимодействия страховых организаций и банков, как за рубежом, так и в Украине и отсутствием теоретического сопровождения данных процессов.

Степень изученности. В отечественной науке проблема развития и функционирования финансовых супермаркетов относится к малоизученным. Первые попытки таких украинских исследователей как Кльоба Л., Матюшко В., Реверчук С., Савлука М., Шелудько В. и др. [1-2] обращены на толкование понятия «финансовый супермаркет» и выяснение сущности и причин интеграции банков с другими финансовыми посредниками, и прежде всего, со страховыми компаниями. В то же время проблемы, касающиеся их развития в Украине, исследованы еще недостаточно.

Цель статьи состоит в исследовании современного состояния и путей дальнейшего развития механизма взаимодействия страхового и банковского бизнеса на пути реализации концепции финансового супермаркета.

Для достижения цели статьи поставлены следующие задачи:

1. Проанализировать этапы сотрудничества и конвергенции банковского и страхового бизнеса.
2. Рассмотреть некоторые аспекты функционирования финансового супермаркета как высшей фазы интеграции страхового и банковского бизнеса.
3. Выявить проблемы и перспективы развития финансового супермаркета в Украине.

Основной материал исследования. В практической реализации программ сотрудничества банков и страховщиков можно выделить несколько форм, по которым выстраиваются их отношения. Иногда эти формы представляют собой этапы последовательного развития совместного бизнеса банков и страховщиков в банковском страховании, иногда стороны удовлетворяются достигнутой степенью «близости», ограничиваясь моделью с невысокой степенью интеграции [3]. Не всегда процесс сотрудничества и конвергенции бизнеса страховщиков и банков идет по одному сценарию. На практике чаще наблюдаются процессы, включающие в последовательном развитии несколько фаз сотрудничества между страховой компанией и банком, а также параллельное развитие нескольких программ такого сотрудничества.

Этапы сотрудничества и конвергенции банковского и страхового бизнеса

Анализируя опыт объединений банков и страховых компаний за рубежом и рассматривая тенденции украинской действительности, по нашему мнению можно предложить следующую классификацию форм (стадий) сотрудничества страховых компаний и банков (см. рис.1).

Форма взаимных услуг. На начальном этапе сотрудничество между банком и страховой компанией ограничивается договорными отношениями обслуживания друг друга – банк держит депозиты страховщика; страховая компания страхует имущественные и, возможно, финансовые риски банка.

Форма агентских отношений. Это следующая фаза и основа более тесного сотрудничества в рамках распространения собственно продуктов – страховых услуг по соглашению с банком через его сеть или, например, кредитов или других банковских услуг клиентам страховщика через его агентскую сеть. В ряде случаев, когда потенциалы клиентских баз примерно равны, обе организации договариваются о совместном распространении своих продуктов.

Форма кооперации. Партнеры образуют договорной альянс, создавая друг для друга на долгосрочной основе «режим наибольшего благоприятствования» в определенной области сотрудничества. Это более высокая ступень сотрудничества между страховщиком и банком, требующая координации совместного бизнеса в форме создания подразделений, осуществляющих на постоянной основе тесные контакты между собой. Одной из моделей организации данной формы контроля является также учреждение совместного предприятия.

Форма контроля. Слияния и поглощения – механизмы развития бизнеса, с помощью которых банк либо страховщик намереваются достигать своих стратегических целей. Поглощение (приобретение пакета акций, достаточного для участия в управлении) компании, наиболее удачным образом дополняющей собственные каналы продаж, продуктовый ряд или клиентский массив, является наиболее распространенной и доказавшей свою эффективность стратегией реализации банковского страхования среди общемировых лидеров финансовых рынков.

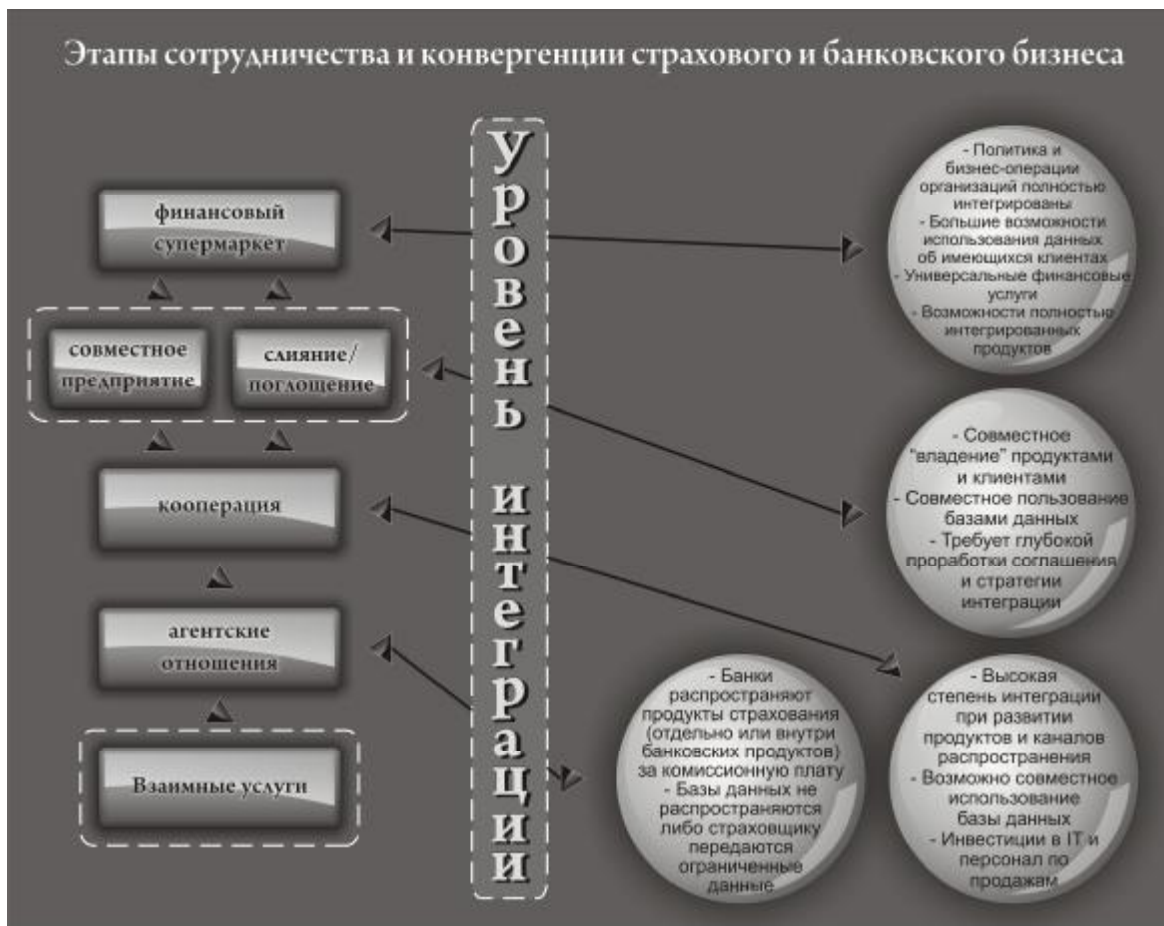


Рис.1. Этапы сотрудничества и конвергенции банковского и страхового бизнеса

Источник: составлено автором

Финансовый супермаркет как высшая фаза интеграции банка и страховой компании

Взаимодействие банков с небанковскими финансовыми посредниками в рамках создания финансовых супермаркетов способствует достижению стратегической цели любого успешного финансового посредника – обеспечить комплексное финансовое обслуживание своих клиентов на высоком уровне и получить синергетический эффект за счет объединения своих конкурентных преимуществ [4-6].

Первые финансовые супермаркеты появились в Европе в 70–80-е гг. прошлого века, а в США и Японии – в конце 1990-х гг. на базе объединения банковской и страховой деятельности. Сегодня финансовые супермаркеты наиболее развиты в странах Бенилюкса, Южной Европе, США, Японии. Как ни странно, попытки создания таких альянсов в наиболее консервативной Северной Европе не привели к положительному результату.

Характерным признаком финансового супермаркета и обязательным условием его осуществления является наличие в высших органах управления достаточного числа менеджеров, не просто знакомых и с банковским, и со страховым бизнесом, а мыслящих и выстраивающих стратегию развития бизнеса по конвергентному пути. Кроме того, банковская и страховая структуры должны быть тесно интегрированы между собой едиными каналами дистрибуции финансовых услуг. Более интегрированные модели предоставляют большие возможности к оптимизации издержек и повышению эффективности операций, однако при этом рост сложности процессов может негативным образом сказаться на прибыльности итогового бизнеса и вероятности удачного исхода всей сделки вследствие потери управляемости.

Чем более сложен продукт и чем больше он потребует профессиональных консультаций клиента со стороны персонала, тем сложнее для банковского персонала со стандартной подготовкой его продажа и консультации клиентов. Но при этом и уровень итоговой прибыли обычно выше. Полностью интегрированная форма банковского страхования реализуется через организацию, в которой все финансовые услуги разрабатываются, эмитируются под единым брендом, существует единое продвижение услуг и управление ими. Законодательством многих стран непосредственное объединение страховой и банковской деятельности в рамках одного юридического лица запрещается. Поэтому, говоря о полной интеграции банка и страховой компании, имеют в виду не юридический, а экономический и управленческие аспекты такой интеграции.

Создание финансовых супермаркетов мотивировано: стремлением получить синергетический эффект

от объединения лучших составляющих бизнес сторон, входящих в супермаркет; обменом клиентскими базами и повышением качества обслуживания клиентов; финансовой экономией, обусловленной масштабами деятельности; минимизацией издержек по маркетингу и рекламе. Объединенная структура обладает большей степенью надежности и устойчивой репутацией, что очень важно для финансовых организаций.

Из вышесказанного следует, что финансовый супермаркет - это модель клиентоориентированного бизнеса, представляющего собой единый интегрированный канал доступа потребителей к финансовым услугам.

Проблемы и перспективы развития финансового супермаркета в Украине

В Украине попыток создания «финансовых супермаркетов» было достаточно. Часто причиной неудач было отсутствие четкой концепции развития такого объединения банка и страховой компании, а также несогласованность действий обеих сторон во время ее реализации. Мало прикрепить на банковскую стойку рекламу страховой компании и повесить объявление: «Здесь вы можете оформить страховку», необходимо провести целую систему четко продуманных совместных действий, направленных на привлечение клиента в финансовый супермаркет и формирование его позитивного имиджа. К таким можно отнести включение в проект, кроме традиционных участников и других организаций – турфирм, нотариусов, создание системы комплексного обслуживания клиента, обучение персонала финансового супермаркета. Проекты тормозит и отсутствие страховой культуры.

Чтобы оценить успешность работы финансовых супермаркетов, необходимо определиться с самим термином. Многие украинские банки открыли свои страховые компании и считают, что это - финансовый супермаркет. Во многих украинских средствах массовой информации можно услышать, что почти каждый крупный банк в нашем государстве – это финансовый супермаркет. Хотя, к примеру, в России говорят, что у них нет финансовых супермаркетов, а ближе всего к данной концепции подошел «УралСиб». У нас многие известные банки идут путем увеличения прибыли путем продажи страховых программ. Объем таких операций пока что не очень велик, и это естественно для рынка, который еще не сложился с позиции устойчивого спроса и формализованного предложения. Об эффективности таких супермаркетов можно будет говорить только тогда, когда спрос приобретет массовый характер. Если же сегодня банк продает три полиса в год и говорит, что это «финансовый супермаркет», то это только ради рекламы.

В Украине развитие финансовых супермаркетов происходит в двух формах: как отделение банка (АБ «Брокбизнесбанк», ВАТ «VAB банк», КБ «Украинская финансовая группа», АКБ «Укрсоцбанк», АКИБ «Укрсиббанк», АТ «Кредит Банк» и др.) и как независимого учреждения (финансовый супермаркет «МЕГА ПОЛИС», ипотечный супермаркет «Т.О.Ч.К.А»). Однако принимая во внимание разразившийся недавно мировой финансовый кризис, не стоит строить преждевременных надежд на успешную реализацию концепции финансового супермаркета. Еще недавно крупнейшую американскую корпорацию "Citigroup" можно было отнести к числу финансовых супермаркетов. Однако в настоящее время "Citigroup" заявляет о прекращении попыток создать финансовую мегаструктуру, способную обслуживать весь спектр клиентов, от гигантских корпораций до индивидуальных вкладчиков. Существует мнение, что нашей стране стоит пойти путем некоторых западных стран, где сфера производства финансовых услуг и их продажа разделены. Производством занимаются банки и страховщики, а продажей – специализированные компании – финансовые брокеры. Подобная схема выгодна и клиентам: брокеры могут подыскать для них оптимальный вариант, поскольку они структурно не связаны с конкретными банковскими или страховыми организациями.

Нужно понимать, что финансовый супермаркет – это не дополнительный офис страховой компании, а сложная финансовая структура, постоянно пребывающая в движении, подстраивающаяся к меняющейся ситуации на финансовом рынке, требующая оперативного мониторинга и разработки новых продуктов, рассчитанных на различные группы потребителей. Разработка и внедрение эффективной системы работы финансового супермаркета определяется наличием ассортимента банковских и страховых продуктов, разветвленной сети продаж, маркетинговой ниши для новых банковско-страховых продуктов, целесообразности ориентации на конкретную группу потребителей, достаточного объема инвестиций в проект финансового супермаркета и пр. Сегодня банкиры и страховщики понимают, что партнерские отношения способны принести куда более ощутимый результат, чем «клиентская модель». Связка банка и страховой компании готова предложить клиенту цельный, единый продукт, включающий в себя как непосредственно банковскую услугу, так и встроенный в нее механизм страховой защиты. Однако о перспективах финансового супермаркета как розничного формата пока сложно судить. К сожалению, необходимые технологии в Украине еще не отработаны в нужной мере, так как подобные проекты сложны в организации и весьма затратны.

Выводы

Несмотря на то, что многие украинские банки позиционируют себя в качестве финансовых супермаркетов, данная концепция является высшей фазой интеграции банковского и страхового бизнеса, и Украина на пути ее реализации должна пройти еще немало этапов. Систематизированные в статье некоторые аспекты функционирования финансовых супермаркетов свидетельствуют о необходимости разработки научно обоснованного методического обеспечения для оценки их деятельности. Поскольку микроэкономическое взаимодействие финансовых посредников в рамках финансового супермаркета формирует кооперативную структуру, то эффективность такого взаимодействия целесообразно рассматривать на базе модели теории классических кооперативных игр, в чем и заключается дальнейшее направление исследования.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА:

1. Кльоба Л. Финансово-инвестиційний супермаркет – перспективний проект розвитку АТ «Кредит Банк» (Україна) // Зовнішньоекономічний кур'єр. – 2006. – № 1-2 – С. 27 – 28.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ БАНКОВ И СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ НА ПУТИ ПОСТРОЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СУПЕРМАРКЕТА КАК ВЫСШЕЙ ФАЗЫ ИНТЕГРАЦИИ СТРАХОВОГО И БАНКОВСКОГО БИЗНЕСА

2. Реверчук С. Финансовый супермаркет – перспективна форма розвитку ринку фінансових послуг // КредоІнвест. – 2006. – № 10 – С. 16 – 17.
3. Гришин П., Демченко В., Цыганов А. Bancassurance в России и за рубежом: интеграция страховых компаний и банков в распространении страховых услуг. Сборник аналитических материалов. – М.: Русский полис, 2004. – 135 с.
4. Гриценко Р. Тенденції банківського бізнесу: злиття банків, страхових компаній та пенсійних фондів // Вісник НБУ. - №2. – 2004. – С. 15.
5. Фурман В. Перспективи створення альянсів страхових компаній і банків в Україні // Вісник НБУ. – №4. – 2005. – С. 20-22.
6. Кричевский Н. А. О некоторых аспектах взаимодействия страховых компаний и банков // Финансы. – №2. – 2002.

**НИКОЛАЙЧУК И.Н., ПЕРЗЕКЕ Н.Б.
ФОРМИРОВАНИЕ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ
ИНВЕСТИЦИОННОГО КРЕДИТОВАНИЯ БАНКАМИ АВТОНОМНОЙ
РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

Постановка проблемы. Опыт стран с рыночной экономикой свидетельствует, что банки способны выступать в роли активных инвесторов экономики, сосредотачивая значительные объемы привлеченных финансовых ресурсов в наиболее эффективных инвестиционных направлениях.

Следует отметить, что в соответствии с государственной Программой развития инвестиционного процесса в Украине должно стать именно банковское кредитование. Таким образом, потребность в банковских инвестиционных операциях и услугах будет с каждым годом возрастать.

Для осуществления инвестиционного кредитования банкам необходимы значительные финансовые ресурсы. Включаясь в рыночные отношения, банковская система как инвестиционный посредник, аккумулирует значительные объемы временно свободных денежных капиталов хозяйств и денежные вклады населения посредством текущих счетов, депозитных вкладов, депозитных и сберегательных сертификатов, банковских векселей и их акцепт, а также посредством использования различных денежно-кредитных и финансовых инструментов привлечения средств. Создание больших денежных фондов выступает как экономическая предпосылка формирования экономического потенциала отдельных банков и банковской системы в целом.

Характеризуя тенденции развития банковской инвестиционной деятельности, можно выделить депозитную политику банка, поскольку именно за счет сбережений населения банки имеют возможность увеличить свой инвестиционный потенциал. В условиях реструктуризации экономики Украины депозитные операции населения постепенно становятся весомым источником банковских инвестиций.

Анализ последних исследований и публикаций. Ведущее место в исследовании роли отечественных банков в инвестиционных процессах занимают такие украинские экономисты, как Б. Л. Луцив, В. П. Матвиенко, Т. В. Майорова, А. М. Мороз, А. А. Пересада, М. И. Савлук, Н. М. Шелудько и многие другие, однако анализ ресурсной базы для осуществления инвестиционного кредитования банками Автономной Республики Крым ранее не проводился, поэтому представляется интересным проанализировать сложившуюся ситуацию.

Целью статьи является осуществление анализа и тенденций развития ресурсной базы для осуществления инвестиционного кредитования банками крымского региона.

Изложение основного материала. Научно обоснованный мониторинг и оценка инвестиционных процессов свидетельствуют о том, что украинская банковская инвестиционная деятельность является малоэффективной. Это проявляется слабостью инвестиций в реальный сектор экономики, которая в значительной мере обусловлена отсутствием структурных перестроек в экономике и достаточно высокими кредитными рисками. Поэтому для получения прибыли банки отдавали предпочтение не кредитным операциям для финансирования экономики, а инвестированию в ценные бумаги ОВГЗ, гарантированные государством, о чем свидетельствует анализ периода с 1995 года по 1999 год, где объем кредитов, предоставленных в экономику, был ниже по сравнению с вложениями в ценные бумаги. Только с 2000 года произошли заметные сдвиги в сфере банковского инвестиционного кредитования предприятий.

Однако, по данным НБУ, доля инвестиционных кредитов до сих пор является низкой. На протяжении 1998-2005 годов банки преимущественно предоставляли кредиты в текущую деятельность, доля которых колебалась в пределах 80-90%, а доля кредитов в инвестиционную деятельность за этот же период находилась на уровне 5-10%. При этом более 80% кредитов предоставлялись субъектам хозяйствования и только 15% кредитов были в структуре инвестиционных кредитов населению.

Одной из проблем ограниченности инвестиционного кредитования является недостаточный объем финансовых ресурсов, которыми могли бы располагать банки при осуществлении данного вида деятельности.

Основным источником финансирования инвестиционного кредитования являются средства населения и субъектов хозяйствования, размещенные на депозитах в банках.

В последние несколько лет в банковской сети Автономной Республики Крым, как и в целом в банков-