



СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ ЯК ПРОЯВ ІНТЕГРАЦІЇ СТРАХОВОЇ ТА БАНКІВСЬКОЇ СФЕРИ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ В УКРАЇНІ

Юрій КЛАПКІВ

Висвітлено актуальні питання розвитку інтеграційних процесів у банківській та страховій сферах. Розкрито сутність та причини виникнення стратегічних альянсів цих фінансових інституцій. На основі зарубіжного та вітчизняного досвіду доведено доцільність створення стратегічних альянсів банківськими та страховими інституціями.

In the article the actual questions of development of integration processes in bank and insurance spheres are considered. The essence and reasons of strategic alliances origin of these financial institutions are studied. Based on the foreign and domestic experience the necessity of strategic alliances creation by bank and insurance institutions is proved.

Інтеграція банківського та страхового бізнесу і створення стратегічних альянсів здійснює вагомий вплив на модифікацію ринку фінансових послуг. Ще починаючи з 90-х років ХХ ст., страхові компанії почали вимагати надання права на діяльність у суміжних фінансових сферах – банківській та сфері пайових інвестицій, вважаючи пріоритетним напрямом своєї діяльності поглиблення взаємодії з банками на договірній та корпоративній основі, передусім, шляхом продажу страхових продуктів “через банківське віконце” (вигідне для страховиків, насамперед, можливостями розширення географії продаж). Такі процеси неминуче викликають підвищення рівня конкуренції, але разом з тим клієнт отримує повний пакет високоякісних фінансових послуг установ та організацій однієї групи, що відповідає міжнародним стандартам і практиці створення інтегрованого простору для ділових операцій.

Надання банками разом з класичними видами банківських операцій страхових послуг клієнтам, отримало значне поширення у розвинених країнах і привело до того, що, наприклад, в Європі в середньому кожний третій

поліс страхування життя і кожний двадцятий договір ризикового страхування, реалізується також банківськими установами (зокрема, у Франції до 60% страхових полісів реалізується через банки) [1]. Деякі регіональні банки в Японії, надаючи канали збуту для страхових компаній, контролюють до 50% місцевих ринків фінансових послуг [2, 80].

В Україні відсутня достовірна інформація щодо реалізації банківськими установами страхових полісів вітчизняних компаній, хоча їх частка ще донедавна була незначною у порівнянні з іншими каналами збуту. Як правило, банки володіють страховими компаніями, оскільки до компаній, яких банк не контролює, може існувати взаємна настороженість у відносинах, але на практиці питання довіри та поглибленої співпраці вирішується досить просто – депозитом у відділенні банку.

Розвиток фінансової консолідації мав вплив і на зростання лояльності клієнта. Фактично завдяки цьому процесу клієнт втратив частину власної свободи вибору на ринку фінансових послуг. Згідно дослідження Асоціації американських банків існує чітка пропорція щодо ймо-

вірності утримання клієнтів у одній фінансовій інституції, в залежності від асортименту пропонувананих їм фінансових послуг. За результатами аналізу Асоціації американських банків одержано таку ймовірність утримання клієнта: при відкритті поточного рахунку вона становить 50%, при розміщенні грошей на депозит 66% (це обумовлено втратою відсотків або навіть наявністю штрафних санкцій у разі дострокового припинення дії договору), при відкритті поточного рахунку та розміщенні грошей на депозит вже 90%. У разі доповнення до даного пакета послуги з надання кредиту ймовірність утримання клієнта становить 94%, а при заміщенні кредиту страховим захистом вірогідність зростає до 99%, що засвідчує перевагу яку може отримати банк, щодо лояльності клієнта при наданні страхових послуг [3, 33].

В економічно розвинутих країнах, Європейському Союзі та Сполучених Штатах Америки все більша увага приділяється продажі декількох фінансових продуктів одночасно або інтегрованих один в одного. В Україні та Росії дані продажі отримали назву - пакетні продажі страхування, де страхування додаткова опція чи обов'язкова вимога при наданні іншої фінансової, а найчастіше банківської послуги [4, 25].

У вітчизняній літературі дана тематика останнім часом починає активно висвітлюватися, що свідчить про наявність інтересу науковців до неї. Зокрема, Л. Альошина, О. Барановський, Р. Гриценко, Т. Дишкант, О. Залетов, О. Зубець, О. Лилик, О. Слюсаренко, О. Сніжко, В. Суксін, Н. Ткаченко, В. Тринчук, К. Турбіна, Ю. Уманців, В. Фурман, та інші вітчизняні практики та вчені роблять свій вклад у розробку цієї проблеми.

Перспективним на українському ринку фінансових послуг є створення стратегічних альянсів страхових компаній (особливо із страхування життя) та банків із таких причин:

- по-перше, банк котрий уже сформував значну клієнтську базу, володіє інформацією про фінансові можливості, потреби компаній та громадян, їх плани та проекти;

- по-друге в Україні сформувалась специфічна ситуація із присутністю банківських інституцій та їх становищем на ринку фінансових послуг, за якої банки та їх працівники фактично виступають фінансовими консультантами своїх клієнтів і можуть виступати фінансовими посередниками із високим рівнем довіри до їх рекомендацій [5, 13];
- по-третє, якщо програма з накопичувального страхування життя знаходиться у межах розробленого стратегічним альянсом проекту “Фінансовий супермаркет”, то на продаж в межах даного проекту матимуть вплив фактори, котрі вирізняють саму структуру співпраці в межах даного альянсу. Для клієнта даний проект це зручний доступ до усього спектра цікавої для нього інформації, можливість аналізу взаємозамінних фінансових продуктів та значна кількість інших переваг.

Приймаючи рішення про створення стратегічного альянсу страховій компанії та банківській установі, варто із самого початку визначити свою роль у цьому об'єднанні, та з'ясувати які ресурси необхідно виділити на реалізацію завдань щодо створення інфраструктури і навчання співробітників банку, на створення механізмів доступу до банківських баз даних клієнтів для потреб страхової компанії, для продажу страхових продуктів з використанням відповідного каналу дистрибуції, перегляду договорів, полісів та проведення після продажного моніторингу.

Для фінансових інституцій актуальними є долідження можливості співпраці різних суб'єктів господарювання та зростаюче значення фінансової консолідації в умовах глобалізації. Відносини між банківською установою та страховим товариством можуть базуватись на засадах конкуренції або партнерства. Стратегічний альянс виникає тоді, коли домінує партнерство, або діяльності притаманна конкуренція, проте вона є тимчасовою і на обраних напрямках діяльності свідомо обмежена (див. рис. 1) На ринку фінансових послуг кон-



Рис. 1. Сфери створення стратегічного альянсу *

* Побудовано автором на основі [6]

Слід зауважити, що на ринках, де ініціативу до формування альянсів проявили банки, сформувався термін "bancassurance", зміст котрого можна передати словом "банкстрахування" – (banque + assurance / банк+страхування); італійським відповідником цього терміну є "bancari", а іспанським – "bancassurance" та англомовним „bankinsurance”, але найчастіше дану взаємодію окреслюють французькомовним

солідацію фінансових інституцій також можна охарактеризувати поняттям стратегічних альянс, або альянс.

У найширшому розумінні під стратегічним альянсом розуміють зв'язок між підприємствами, установами, організаціями метою котрого є реалізація партнерами спільного завдання. Стратегічний альянс може бути як формальною, так і не формальною співпрацею підприємств у межах того самого чи наближеного сектору. Одним із найпоширеніших у науковій літературі визначень, є визначення Г. Бланка: "Стратегічні альянси це різні форми співпраці між актуальними і потенційними конкурентами, котрі прийняли рішення спільно створити якусь інституцію, або провадити певний вид діяльності, об'єднуючи і координуючи свої кошти та засоби, фінансові ресурси та навички" [7].

У Європі з середини 90-х років ХХ ст. почали, формувалися стійкі зв'язки банківських установ із страховими компаніями. Конвергенція цих альянсів відбувалася на фінансових ринках розвинених країн майже одночасно. У 1985 році почали створюватися перші, з урахуванням розвитку конкурентного середовища й потреби консолідації, альянси з банківських установ та страхових компаній у Великій Британії та Франції, так Британська страхова компанія Standard Life інвестувала в Bank of Scotland, а французька GAN придбала Credit Industriel et Commercial [8, 105–111].

терміном „bancassurance” (банкстрахування) та німецькомовним аналогом „Allfinanz”, котрий українські вчені трактують як теорію „загальних фінансів” [9, 48–50].

Одним із основних чинників, що створює підґрунтя для формування альянсів страхових товариств та банківських установ є могутність цих фінансових інституцій, згідно з рейтингом Forbes на 2006 рік [10] із 2 000 фінансово потужних корпорацій світу страхові компанії у своїх позиціях не поступаються банківським інститутам, а деякі страхові товариства є фінансово потужнішими за банківські та інші корпорації. Наприклад, 4 місце в рейтингу займає страхова компанія American Intl Group, а 28 і 29 місце у рейтингу AXA Group і Allianz Worldwide відповідно. Загалом до цього списку увійшло 106 страхових компаній, 164 фінансові групи, 310 банківських інституцій. Тому вони розширюють різноманітність пропонованих страхових послуг на продукти, що до стрімкого розвитку глобалізації мали чітко виражений банківський характер. Страхові товариства також купують чи створюють власні банківські установи і – ця форма діяльності визначена своїм окремим терміном – "assurfinance" або „assurbanking”. М. Ніколенко переконаний, що ця концепція вже існує з 20-х років ХХ ст. і в деяких країнах досить успішно розвивається протягом десятиліть, принаймні низкою універсальних банків [11, 513].

Створюючи стратегічні альянси банки та страхові компанії можуть працювати спільно для того, щоб як спільно, так і кожному, зокрема досягти ще більших успіхів. Слід зазначити, що дана співпраця чи навіть консолідація не завжди проявляється лише, як результат доброї волі сторін. Вона відбувається досить часто в автоматичному режимі, як, зокрема і в примусовому порядку, наприклад, при зобов'язанні до розміщення страхових резервів, коштів резервних фондів страхових компаній у банках. Іншою формою інтеграції банківського та страхового, або навіть інвестиційного бізнесу є страхування позик, виданих під боргові зобов'язання, кредитів чи спільне будівництво.

Підставою для подальшої коінтеграції між страховими компаніями і банками є, перш за все, вже існуючі елементарні взаємозв'язки як, наприклад, діюча система розрахунків. Страхові компанії не можуть існувати без банківських послуг при отриманні через них страхових внесків від клієнтів, або виплати застрахованим страхових відшкодувань та страхових сум. Страховий сервіс у значній мірі залежить від швидкості та високого рівня обслуговування в таких розрахунках, і зокрема, в ситуаціях: страхова компанія – банк, банк – клієнт, так і в міжбанківському обігу. З іншого боку, розрахункове обслуговування – пряма функція банків. Таким чином, клієнти страхових компаній одночасно виступають клієнтами банків.

Виконуючи властиву для страхової сфери функцію – надання страхового захисту – страхові компанії об'єктивно змушені це робити передусім, шляхом нагромадження капіталу і коштів, та подальшого їх розміщення у фонди різноманітного призначення, зокрема, як резерви майбутніх платежів (при пенсійному страхуванні, чи інших видах особового та майнового страхування). В цьому процесі, також, активну участь бере банк. Його діяльність у відношенні щодо коштів страховика проявляється у двох аспектах. В першому – банк виступає в ролі депозитарію. Він приймає і зберігає кошти страхових компаній згідно з їх побажаннями, аж до моменту вимоги повернення. При цьому банк повинен забезпечити високу ліквідність сво-

їх активів з тим, щоб провести розрахунки на першу вимогу. Як свідчить практика, банки за свою співпрацю визначають умовну ціну, а саме розміщення певної суми страхових резервів на депозит [12, 34]. По-друге, банк часто виступає довіреним інвестором страховика. На отримані для зберігання кошти банк здійснює вигідні інвестиції, хоча можливою є і обернена ситуація. Крім того, банки можуть бути розпорядниками цінних паперів страхових товариств, займатися їх розміщенням на фондовому ринку в інтересах страховика [13, 28].

У випадку продажу банками страхових продуктів компанії необхідно забезпечити роботу хоча б одного професійного консультанта з питань страхування в підрозділі банку, філії чи відділенні. Створення повноцінних фінансових супермаркетів стримується проблемами галузі пов'язаними з недостатнім інвестуванням коштів, зокрема у підвищення кваліфікації персоналу; низькою часткою класичного страхування; невисокою страховою культурою, а відтак й низьким попитом на страхові послуги й низькою зацікавленістю банківських працівників у реалізації суміжних продуктів [14].

Підвищити ефективність співпраці між банками та страховими компаніями можна через застосування останніми логістичної концепції обслуговування клієнтів, побудованої на широкій інформації про потреби у нових страхових продуктах [15].

У цьому контексті показовим є досвід зарубіжних країн, а одну з провідних позицій в економіках розвинутих країн світу відіграють стратегічні альянси. Вони є головною складовою глобальної конкуренції. Дозволяють швидко досягти стратегічних цілей та ефекту синергії з невеликими операційними витратами, меншими потребами в інвестиціях та високим потенціалом успіху. Стратегічні альянси між фінансовими інституціями різних напрямів діяльності – ключовий елемент стратегічного розвитку. Головними причинами підвищеного взаємного інтересу між страховими компаніями та банками є:

- можливість значного розширення кожним із них клієнтської бази: і страхови-

ки, і банки обслуговують велику кількість клієнтів. Обмін інформацією про них, надання їм послуг лише установами однієї системи є сьогодні пріоритетним для обох сторін в умовах загострення конкуренції (характерно як для розвинутих країн, так і країн, що розвиваються, в т. ч. України);

- диверсифікація капіталу, підвищення норми прибутковості інвестиційних ресурсів. Страхова галузь, як відомо, є однією з найбільш рентабельних та динамічних серед інших галузей у провідних країнах світу, що володіє значними інвестиційними ресурсами, які можуть використовуватись для інвестування промисловості як страховиками, так і обслуговуючими банками за умови, якщо банк контролює страхову компанію;
- необхідність акумулювати всі грошові потоки в одній системі. Кожне велике підприємство чи банк сплачує значні суми по обов'язкових та добровільних видах страхування. У зв'язку з цим материнською компанією створюється страхова компанія, яка займається ефективним вирішенням даного питання з метою мінімізації майнових, кредитних та фінансових ризиків і витрат материнської компанії на таке страхування;
- можливість надання клієнтам повного спектру банківських та страхових послуг. При цьому, ці послуги мають бути високоякісними, гарантованими та привабливими для клієнта. Продаж банками страхових продуктів, як свідчить зарубіжний досвід, не буде мати серйозних протиріч між клієнтами та банком. Як правило, клієнти є лояльними до своїх банків та позитивно сприймають ідею фінансового супермаркету. Крім того, відмінності між банківським та страховим сектором світового фінансового ринку в останні роки стали майже непомітними, особливо в сферах приватних інвестицій і довгострокових заощаджень;

- можливість використання регіональної мережі установ, особливо це вигідно страховикам для реалізації страхових продуктів через "банківське віконце", тощо [16, 68].

Основною проблемою в Україні при налагодженні спільної роботи для страховиків на даному етапі розвитку є те, що банки сприймають страхові послуги як другорядні по відношенню до банківських. Проте це швидше тимчасові проблеми психологічного характеру, ніж економічного. При відпрацюванні ефективного та взаємовигідного механізму співпраці, даний напрям роботи є перспективним та пріоритетним для розвитку. В Україні дедалі відчутніше прослідковується тенденція створення стратегічних альянсів банків та страхових компаній. Найбільш відомими є альянси Промінвестбанку та АСТ "Вексель", Приватбанку та СГ "ТАС", Укрсоцбанку та АСК "Укрсоцстрах" і НАСК "Оранта", банку "Райффайзен Аваль" та АСК "Еталон" тощо. Більшість провідних промислових підприємств також мають свої власні страхові компанії, або ж планують створити дочірні компанії. Головною особливістю вітчизняних страховиків є те, що багато з них є кептивними, не мають достатніх ресурсів для розвитку. З більш, ніж 440 компаній на даний час активно здійснюють страхові операції лише близько 100 компаній [17].

Якщо розглядати розвиток вітчизняного фінансового, а особливо страхового ринку, з огляду на перспективи вступу України у Світову Організацію Торгівлі, в умовах лібералізації входження іноземного капіталу на український страховий ринок, можна спрогнозувати, що кількість національних страховиків в найближчі роки буде і надалі скорочуватись. При цьому, державним контролюючим органам потрібно більше приділяти уваги не тільки абсолютним розмірам активів, власного капіталу, статутного фонду страховиків, але й якості даних показників. Наприклад, аналіз структури активів деяких компаній свідчить про те, що в них основну частину складають неліквідні векселі та цінні папери, інтелектуальна власність, дебіторська заборгованість, основні фонди

тощо. Враховуючи тенденції, які склались на страховому ринку в Україні, можна передбачити, що в найближчі роки вітчизняні банки та промислові підприємства і надалі будуть головними інвесторами та засновниками страхових компаній.

Підсумовуючи вищезазначене, приходимо до таких висновків та узагальнень:

1. Перспективним на українському фінансовому ринку є формування стратегічних альянсів банківських установ та страхових компаній, зумовлено значними перевагами від консолідації цих інституцій та їх потужностей, а також через можливість створення новітніх фінансових послуг, що можуть бути сибіозом уже акцептованого клієнтом пакету фінансових послуг від різноманітних фінансових інституцій.

2. Дослідження цього актуального для фінансового ринку України процесу створює можливість для його розвитку із використанням досвіду уже існуючих світових і транснаціональних аналогів стратегічних альянсів, та запровадження його у формі оптимальній для сучасного розвитку українського фінансового ринку та ринку фінансових послуг України. Завдяки функціонуванню стратегічних альянсів, інтеграції банківського та страхового бізнесу створюється підґрунтя для консолідації банківських і страхових інституцій, що сприяє розвитку економіки України та забезпечує фінансову потужність даних фінансових інститутів.

Проте, можливість реалізації усіх необхідних клієнту послуг у одному місці чи під одним брендом, потребує подальшого дослідження, як через переваги отримувані від інтеграції банківського і страхового бізнесу, так і через можливі загрози щодо благополуччя клієнта у разі банкрутства чи проблем у обраній ним інституції. Саме ці аспекти можуть стати предметом для подальших наукових досліджень.

Література

1. *L'assurance francaise. Rapport annuel* // www.ffsa.fr.

2. Лич В. М. *Сучасні тенденції розвитку страхових послуг* // *Формування ринкових відносин в Україні*. – № 9 (28). – 2003. – С. 79–82.

3. Лилик О. *Bancassurance та перспективи його розвитку в Україні* // *Вісник Національного банку України*. – 2007. – № 1. – С. 32–37.

4. Хованов А. *Продажа страхової услуги* // *Страховое ревью* № 7, 2000. – С. 24–26.

5. Качанова А., Дадьков В. *Применение банковского канала распространения страховых продуктов* // *Страховое Ревю*. – 2004. – апрель. – С. 12–17.

6. P.J. Szczepankowski, *Fuzje i przejęcia*. PWN. – Warszawa. – 2000. – s. 368.

7. Blanc G., Dussague, Garrette B., *Comprendre les strategies d'alliance, „Fusions et Aquisitions”*, Juin 1991 за: Romanowska M., *Alianse strategiczne przedsięwzięci*, PWE, Warszawa 1997, s.14.

8. Ткаченко Н. В. *Об'єднання банків і страхових компаній* // *Актуальні проблеми економіки*. – 2004. – № 2 (32). – С. 105–111.

9. Кляпків М. С. *Розвиток співробітництва між банківським та страховим секторами на фінансовому ринку* / *Вісник Тернопільської академії народного господарства*. – Тернопіль. – 2001 – № 15. – С. 48–50.

10. Scott DeCarlo *The World's Biggest Public Companies* / *Forbes Global* – 04/17/2006 – Number 06.

11. Залєтов О. М. *Убезпечення життя: Монографія*. – К.: Міжнародна агенція „БІЗОН”. – 2006. – 688 с.

12. *Цена вхождения на банковскую территорию* // *Банковское обозрение*. – 2005. – № 12. – С. 34–35.

13. *Банковское обозрение Банковского страхования* // *Банковское обозрение*. – 2005. – № 12. – С. 28–31.

14. Мартынова Т. *Финансовый консультант под вывеской страховщика* // *Банковское обозрение*. – 2006. – № 6.

15. Савчук Р. *Контекстний аналітичний обзор: фінансово-банківська конкурентна среда* // http://forinsurer.com/public/06/11/10/Контекстний_аналитический_обзор_финансовобанковская_конкурентная_среда.html

16. Харченко Н. *Правильне додавання* // *Український діловий тижневик «Контракти»*. – 2006. – № 48. – С. 68.

17. www.dfp.gov.ua