

На фоне схлопывания рынка кредитования банки стали терять прибыль от своей основной деятельности. Чтобы компенсировать потери, кредитные организации начинают активнее продавать некредитные страховые продукты. Портал «Банки.ру» изучил, как банкиры превращаются в страховщиков.

По данным комитета автопроизводителей Ассоциации европейского бизнеса, новый год российский авторынок начал с обвального падения. В январе в России было продано 115,4 тыс. машин, что на 24,4% меньше, чем за аналогичный период прошлого года. В феврале-2015 к февралю-2014 падение оказалось еще более существенным, на 37,9%. При этом рост рынка автокредитования, отмечает заместитель председателя правления ОАО «СОГАЗ» Дамир Аксянов, в первом месяце наступившего года составил около 8%, вместо 35% годом ранее. В связи с существенным падением объемов автокредитования увеличилось количество банков, пересмотревших требования к условиям страхования приобретаемых в кредит машин. Теперь, покупая автомобиль в кредит, заемщик может оформить каско с франшизой. А некоторые банки и вовсе допускают рассрочку страховой премии по каско. Таким образом, банкиры хотят облегчить финансовую нагрузку заемщика и поддержать интерес к автокредитам.

«Ряд крупных банков начали идти навстречу и готовы продавать каско с франшизой по автокредитам. Банки раньше вообще отказывались от разговоров о франшизе по автокредитам. Сейчас их жизнь заставила», – отмечает председатель правления ОАО «СОГАЗ» Сергей Иванов. Смягчение требований к автострахованию «Банки.ру» подтвердили в Московском Кредитном Банке, ЮниКредит Банке, Связь-Банке и Газпромбанке. Допускают возможность оформления каско с франшизой по автокредитам сегодня и в Сетелем Банке.

«Мы допускаем франшизу по каско в размере не более 3% от стоимости автомобиля (или 50 тысяч рублей). Кроме того, по каско возможна рассрочка платежа со второго года страхования», – говорит начальник управления потребительского кредитования Московского Кредитного Банка Александра Занегина. «Для поддержки наших клиентов и партнеров ЮниКредит Банк предоставил возможность существенного снижения затрат на полис каско за счет оформления безусловной франшизы», – рассказывает начальник управления по работе с партнерами ЮниКредит Банка Александр Мартынов. В Связь-Банке пересмотр требований к условиям автострахования объясняют сильной конкуренцией на рынке. «Банк допускает рассрочку страховой премии до шести месяцев в два равных платежа, а также безусловную франшизу в 5% от стоимости автомобиля», – поясняет начальник отдела пассивных и комиссионных продуктов Связь-Банка Анна Оськина.

Руководитель управления андеррайтинга компании «АльфаСтрахование» Илья Григорьев отмечает, что если в прошлом году только 10–15% банков по автокредитам допускали каско с франшизой, то в марте этого года их количество увеличилось до 90%. Эксперт объясняет, что пересмотр банками требований к автострахованию вызван объективной причиной – значительным ростом тарифов на каско. Для того чтобы страхование осталось доступным для приобретателей машин в кредит, в список продуктов была добавлена франшиза. «Приобретая автомобиль, клиент считает стоимость его владения. Соответственно, с учетом цены самого авто, ставки по кредиту и обязательной в данном случае страховки, стоимость получается настолько значительной, что клиент просто отказывается от покупки. Для снижения стоимости владения за счет более дешевой страховки с франшизой банки стали ее разрешать», – добавляет Григорьев. По его данным, сегодня лишь малое количество банков, работающих с автокредитами, продолжает работать только с классическими программами страхования автомобилей. Поэтому в ближайшее время, уверен собеседник, такие банки тоже будут вынуждены изменить условия работы и «подключат» франшизные продукты.

«Те банки, которые не изменяют свою политику в этом вопросе, могут лишиться части клиентов, которые предпочтут иметь дело с более гибкими конкурентами», – предупреждает директор департамента автострахования страховой компании ERGO Наталья Белякина.

Кредитные организации с начала года в своих отделениях начали продавать страховые продукты, которые раньше даже не рассматривали, говорит Дамир Аксянов из СОГАЗа. В качестве продуктов, массово появившихся в отделениях российских банков, спикер приводит так называемые коробочные страховки. За счет них банкиры надеются компенсировать потери в сфере розничного кредитования. «Банки очень активно пошли в «коробочные» продукты. Коробочные – это, условно говоря, когда клиенту в отделении банка предлагают застраховать квартиру или дом, продукт облегченный, не требуют каких-то серьезных оформлений. Клиент покупает «коробку» и потом должен ее активировать через сайт страховщика. Сейчас это самый распространенный продукт в банках. Раньше банки занимались этим продуктом лениво, а сейчас даже тендеры проводят», – рассказывает Аксянов.

По словам вице-президента по работе с партнерами группы «Ренессанс Страхование» Огульджан Худайбереновой, рост количества обращений со стороны банков по «коробочным» продуктам вызван снижением спроса на кредитование. «В связи со снижением спроса на кредитование необходимо пополнить маржинальный доход банка

за счет чистого комиссионного дохода», – говорит она.

Повышенный интерес банковского сообщества к страховым продуктам отмечает и начальник управления по работе с банками страховой компании «МАКС» Екатерина Литвинова. Сейчас, говорит она, работа с банкирами строится не только на залоговом страховании. «Банки проявляют заинтересованность в продуктах по страхованию жизни и здоровья, квартир, домов, страхованию выезжающих за рубеж, «коробках» по ДМС. При этом наиболее активно развивается канал интернет-продаж», – констатирует Литвинова.

К примеру, «коробочные» страховые продукты с начала марта появились в Альфа-Банке. Однако на этом банк не остановился и возобновил оформление договоров обязательного пенсионного страхования. В текущей ситуации коммерческий интерес в страховках увидел и банк «Югра», который также стал предлагать «коробочные» продукты. В кредитной организации заявляют, что до конца года полисы добровольного страхования появятся в каждом офисе «Югры».

«Нам интересна продажа страховых продуктов, поскольку в нынешних реалиях одним из акцентов работы розничного бизнеса является комиссионный доход, – признается Александра Занегина из Московского Кредитного Банка. – Мы активно мониторим рынок и сотрудничаем с целым пулом страховщиков-партнеров. Совместно со страховыми компаниями разрабатываем новые предложения и реализуем их методом кросс-продаж при оформлении банковских продуктов».

В Связь-Банке, где клиентам предлагают застраховать недвижимое имущество, отделочные работы в квартире и гражданскую ответственность перед соседями, в этом году планируют расширить продуктовую линейку некредитных страховых продуктов. «Банк на регулярной основе проводит анализ рынка страховых продуктов с целью выбора интересных и прибыльных продуктов», – говорит Анна Оськина.

В Промсвязьбанке «Банки.ру» заявили, что работают над возобновлением продаж страховых продуктов. «Из ближайших планов по созданию новых страховых продуктов – запуск так называемых коробочных страховых продуктов, с широким наполнением по покрытию рисков личного и имущественного страхования», – рассказал управляющий директор по развитию розничных продуктов Промсвязьбанка Евгений Лапин.

«Комиссионные доходы для банков в условиях макроэкономической нестабильности и снижения прибыли от их основной деятельности становятся дополнительным источником прибыли», – объясняет повышенный интерес банкиров к страховкам ведущий эксперт по страховым рейтингам рейтингового агентства «Эксперт РА» Ольга Басова. По ее мнению, оценив положительный эффект от сотрудничества со страховыми компаниями, банки стали продвигать не только страхование, связанное с кредитованием, но и некредитное страхование.

По данным ЦБ, в 2014 году комиссионное вознаграждение кредитным организациям составило 37% от полученных страховщиками страховых взносов через банковский канал продаж. Банкиры на продаже страховок через свои отделения заработали 61,2 млрд рублей. Тем не менее Ольга Басова прогнозирует, что, несмотря на интерес банков к продаже страховых продуктов, не связанных с кредитованием, рынок банкострахования при сохранении текущих экономических тенденций в 2015 году может сократиться на 5%, а при их ухудшении – даже до 15%.

Источник: Banki.ru , 12.03.15

Автор: Юмабаев Д.