КЭПТИВ НАСТУПАЕТ

В прошлом году пальму первенства на рынке банкострахования захватили кэптивные страховые компании – по сравнению с 2010 годом их доля увеличилась почти вдвое: с 15% до 28%. Те же самые страховщики стали лидерами сегмента по скорости роста и объему полученной чистой прибыли. Изменения, происходящие на рынке банкострахования, обсуждались за круглым столом, проведенным «Экспертом РА».

Лидеры банкострахования

Банковский канал представляет собой главный драйвер развития страхового рынка – у него самые высокие темпы роста. Как отметил в своем докладе *заместитель генерального директора «Эксперта РА» Павел Самиев*, объем рынка банкострахования в 2011 году достиг 125 млрд рублей. В 2012 году, по прогнозам «Эксперта РА», ожидается увеличения объемов этого рынка примерно до 160 млрд руб., что означает около 30% прироста.
Из двадцати крупнейших по объему взносов страховщи-

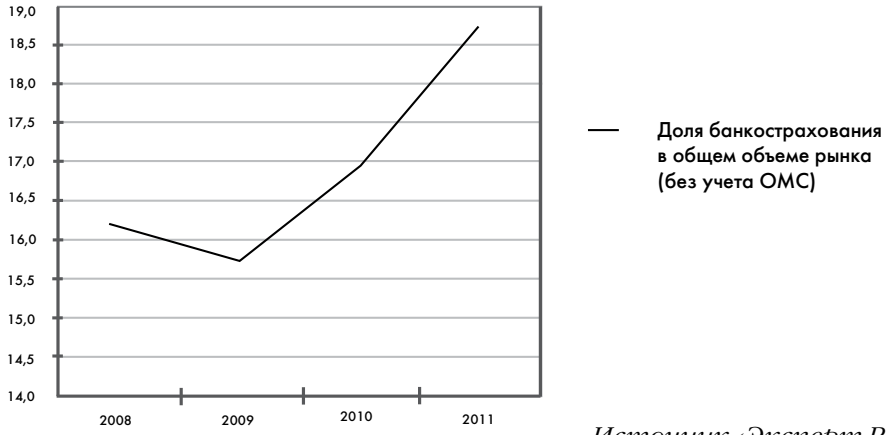
Игорь Жук,

заместитель руководителя ФСФР

Павел Самиев,

заместитель генерального директора рейтингового агентства «Эксперт РА»

График 1. Динамика доли страхования в общем объеме страхового рынка



Источник «Эксперт РА»

ков рынка банкострахования три кэптивные компании («ВТБ Страхование», ГСК «СОСЬЕТЕ ЖЕНЕРАЛЬ Страхование» и ГСК «Русский стандарт») показали самые лучшие результаты по скорости прироста и величине чистой прибыли (см таблицу 1). «Эксперт РА» отмечает разделение рынка банкострахования на три группы страховщиков. Из двадцати крупнейших страховых компаний в банкостраховании по-прежнему наиболее многочисленной остается группа компаний с высокой долей розницы и умеренной зависимостью от банковского канала продаж. По сравнению с 2009 годом, в 2011 году увеличилась группа страховщиков с высокой долей розничного банкострахования и высокой зависимостью от банковского канала продаж. Все эти компании входят в банковские группы («ВТБ Страхование», ГСК «СОСЬЕТЕ ЖЕНЕРАЛЬ Страхование», «Дженерали ППФ», «УРАЛСИБ»). Группа страховых компаний, ориентированная на корпоративные виды банкострахования, но имеющая невысокую зависимостью от банковского канала продаж, тоже увеличилась. В сегменте с высокой долей банкострахования в портфеле и ориентацией на корпоративное страхование в 2011году не осталось никого.

По прогнозам «Эксперта РА», в дальнейшем роль кэптивных компаний будет возрастать. Крупнейшие банки – Сбербанк

Таблица 1. Кэптивные страховщики, лидеры темпов прироста и объему чистой прибыли на рынке банкострахования

№	Компания	Темп прироста взносов	Объем взносов (тыс. руб)	Аффилированный банк
1.	ООО СК «ВТБ Страхование»	84,8%	6 183 143	ОАО «Банк ВТБ»
2.	Группа страховых компаний «СОСЬЕТЕ ЖЕНЕРАЛЬ Страхование»	81,4%	3 363 405	ОАО АКБ «РОСБАНК»
3.	Группа страховых компаний «Русский стандарт»	78,0%	4 705 610	ЗАО «Банк Русский Стандарт»

Источник «Эксперт РА»

и Россельхозбанк – в 2011 году приобрели страховые компании, которые в ближайшем будущем займут первые строчки рэнкингов по банкострахованию, поскольку Сбербанк занимает первое место по объему кредитного портфеля, а Россельхозбанк – четвертое.

Все выгоды банкострахования – дочерним страховщикам

Доля розничного банкострахования в 2011 году увеличилась до 81% – в 2010 она составляла 71%. Остальные сегменты этого канала продаж (страхование юрлиц через банки и риски самих банков) составили всего 19% от общего объема банкострахования, показав снижение по сравнению с показателями 2010 года. По словам Павла Самиева, банки не хотят передавать риски этого сегмента своим дочерним компаниям – их передают в хорошие внешние компании. Таким образом, универсальным страховщикам остаются риски, связанные со страхованием юрлиц и страхованием рисков банков.

В ряду продуктов, реализуемых через банки, наиболее выгодными считаются розничные продукты – они являются наименее убыточными. Это страхование жизни и здоровья заемщиков (от НС и болезней) и страхование заемщиков от потери работы. Почти вся розница досталась аффилированным с банками страховым компаниям – низкоубыточные продукты обеспечивают высокую прибыль всей финансовой груп-

Таблица 2. Усредненные комиссии банку за продажу страховых продуктов

Вид банкострахования	Комиссия в 2011 году
Автокаско	25-27%
Ипотечное страхование	30-45%
Страхование залогов юрлиц	20-30%
НС, жизнь и здоровье заемщиков	45-50%
НС, жизнь и здоровье заемщиков (для страховщиков, не связанных с банками)	70%*
Прочие виды страхования юрлиц	50-55%

* Руководители нескольких крупных страховых компаний называли и более высокие цифры – 80-90%.

Источник «Эксперт РА»

пе и позволяют страховой компании платить банку очень высокие комиссионные. А они, по мнению аналитиков из «Эксперта РА», составляют самую большую проблему рынка. Экспертный опрос руководителей нескольких страховых компаний, проведенный рейтинговым агентством, дал цифры, приведенные в таблице 2.
Так, КВ от продажи полиса страхования жизни и здоровья заемщику потребительского кредита для дочерних страховых компаний составляет 50%, а для страховщиков, не связанных с банком, 70%. При этом страхование жизни и здоровья заемщиков при потребкредитовании показывает очень высокие темпы роста – 53% за 2011 год, что позволило ему выйти на второе место по объему сборов после автокаско.

Структура розничного банкострахования

Основную долю в объеме банкострахования занимает страхование каско и ОСАГО (55%). За ним идет страхование жизни и здоровья потребкредитов (в том числе, НС) – 28%. Следом идет ипотечное страхование (титул, залог, жизнь заемщика, ответственность за непогашение кредита) – 12%. 4% составляет страхование заемщика от потери работы и 1% остается на иные виды страхования. (график 2)

Монополизация усиливается

В 2011 году впервые после кризиса концентрация рынка стала расти. С 2008 до 2010 года доля десяти крупнейших компаний (кроме «Росгосстраха») снизилась с 58% до 49%, что было связано с постоянным увеличением числа игроков рынка банкострахования из-за активности ФАС по поводу картельных сговоров и защиты конкуренции. Однако в 2011 году требования антимонопольной службы смягчились, и тенденция переменилась: концентрация рынка выросла до 54%. Аналитики «Эксперта РА» ожидают, что доля кэптива на рынке банкострахования в 2013 году составит 45-50%, что сами исследователи считают негативным прогнозом: засилье аффилированных компаний плохо скажется на эффективности рынка. Единственный плюс непомерного роста кэптива для клиентов, с точки зрения «Эксперта РА», заключается в возможности подключения интернет-банкинга. С другой стороны, если в эту систему будут допускать рыночные компании, то клиенты тоже смогут воспользоваться тем же преимуществом.

Что досталось универсальным страховщикам

Как уже было сказано выше, универсальные компании ак-

График 2. Структура розничного банкострахования

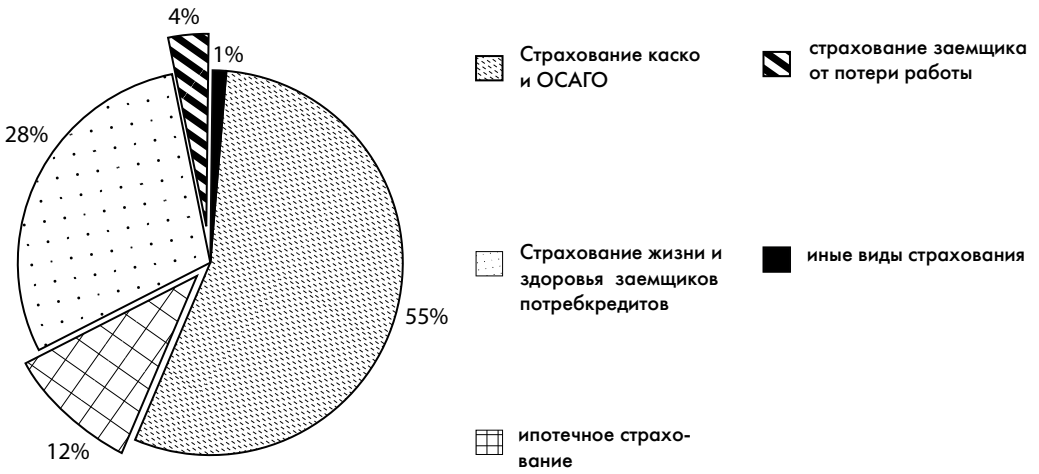
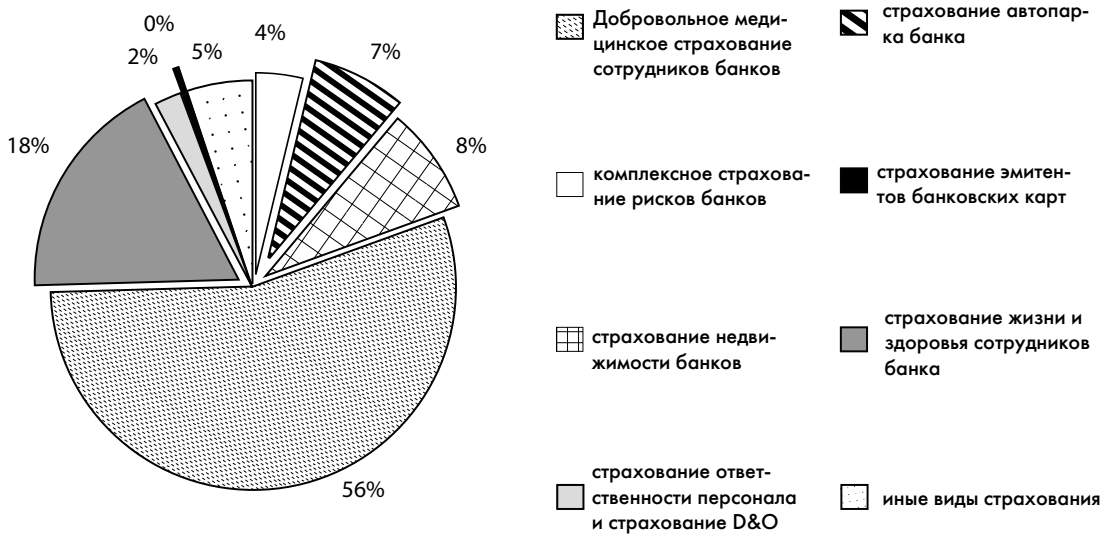


График 3. Структура страхования рисков банков



тивно работают, в основном, в сегментах страхования юрлиц и самих банков. Между тем, страхование залогового имущества юрлиц стагнирует. Объемы этого сегмента в 2011 году упали, что отличает его от всех остальных сегментов банкострахования.

Надо сказать, что сами банки в большинстве своем не готовы страховать собственные операционные риски и рассматривают страхование всего лишь как инструмент зарабатывания на высоких КВ и способ повышения лояльности персонала за счет ДМС (56% от объема страхования собственных рисков банков). Объемы страхования ВВВ остаются очень низкими, в 2011 году они существенно не изменились.

Регулятор демонстрирует спокойствие

Между тем, как сообщил журналистам *заместитель руководителя ФСФР Игорь Жук*, регулятор не испытывает сильной озабоченности ростом кэптивных компаний. Почему? «При комиссионных в 70% услуга имеет для населения несколько завышенную цену, но количество жалоб и претензий по поводу недовольства этой услугой мизерное», – объяснил спикер.

Основной поток жалоб и претензий приходится на автострахование, автогражданку. «Если компания выплачивает КВ 70% – а я не знаю среди страховщиков большого числа бессребреников, – уточнил г-н Жук, – значит, низкая убыточность и тариф позволяют это делать. Иными словами, страховым компаниям выгодно работать с банками. Выгодно, как ни странно, и большинству населения, потому что они в одном месте могут выбрать страховую компанию и условия страхования. Цена удобства – повышенная стоимость. Как ни странно это выгодно и государству, потому что это легальный способ продажи полисов. Общее резюме таково: банкострахование в любом случае будет развиваться более высокими темпами, чем весь рынок. А если появятся дополнительные аргументы типа налоговых льгот, то еще быстрее».

Рост доли кэптива в банкостраховании представитель ФСФР назвал вполне предсказуемым: прежде действовали ограничения, веденные ФАС, теперь они отступили на второй план. В результате банкострахование у страховщиков, связанных с крупнейшими банками, будет бурно развиваться – особенно, если РСХБ и Сбербанк будут проводить более агрессивную политику, чем сейчас.

Если же рассматривать банкострахование с точки зрения его развития как сегмента рынка, то хотелось бы расширения продуктовой корзины, особенно – в части накопительного страхования, отметил г-н Жук. Это может произойти при наличии льгот или компенсационных механизмов, и тогда банковский канал будет превалировать, заключил эксперт.

Почему для ФСФР принципиально важно развитие продуктовой корзины? Потому что ведомство столкнулось с тем, что развивая систему продаж и не развивая систему урегулирования, систему, связанную с судебным и досудебным урегулированием, рынок создает проблемы клиентам. И если универсальная, не кэптивная, страховая компания предложит современную оперативную систему реагирования на страховые случаи, она получит конкурентное преимущество.

Елена Шарова