

Михайло КЛАПКІВ

ВНУТРІШНІ ЧИННИКИ ЗБЛИЖЕННЯ СТРАХОВИХ РИНКІВ КРАЇН – ЧЛЕНІВ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Резюме. Розглянуто деякі чинники зближення страхових ринків європейських країн. На думку автора, що важливою сприяючою обставиною цього процесу є сучасний стан «загальнофінансового підприємництва», що розвинулося при співпраці банківських і страхових закладів у межах окремих європейських країн. Оскільки банківський і страховий сектори об'єднують велике тяжіння до глобалізації своєї діяльності, спільні зв'язки, що розвиваються між ними, будуть активніше сприяти взаємному зближенню фінансових ринків різних країн.

Ключові слова: фінансовий ринок, страховий ринок, страхування кредитних ризиків, «загальнофінансове підприємництво», страхові продукти, умови збуту страхових продуктів, регулювання страхової діяльності.

В останні роки на фінансовому та інших сегментах ринку проявляються дві генеральні тенденції – інтеграційна, виразником котрої є концепція так званих «Загальних фінансів» (Allfinanzkoncepte), і дезінтеграційна, котра виявляється в концепції спеціалізації (відповідно до фінансових продуктів чи груп клієнтів) [18; 117]. Найхарактернішим прикладом реалізації концепції «Загальних фінансів» є, насамперед, інтенсивна співпраця між кредитними та страховими закладами, започаткована під час страхування кредитів. У цьому виді страхування тісно поєднані основні види діяльності банків і страхових закладів. Нині ця співпраця розвивається не лише як просте взаємне обслуговування своїх закладів, а й набуває багатопластового, взаємопроникаючого міжгалузевого характеру. Автори аналітичної публікації «European Allfinanz 1995» спробували дати синтетичне визначення ринку, риси якого можуть найбільше сприяти виникненню інтеграційних намірів у його учасників, а передусім, у банків та страховиків. За їх визначенням існує шість таких характерних рис:

1. Банки та страховики відчують нагальну потребу у піднесенні ефективності каналів дистрибуції своїх продуктів.
2. Ринок має засвідчити спад продуктивності традиційної агентської сітки продажу страхових продуктів.
3. Висока концентрація у банківському та страховому секторах.
4. Спостерігається тенденція подальшого входження банківського, страхового ринків на ринок цінних паперів.
5. Інфраструктура розвинулася настільки, що гарантує ефективний обмін інформацією.
6. Клієнти вимагають ширшої гами фінансових послуг [21; 39-44]

Крім названих, комплексних обставин, стимуляторами наближення страхової сфери до банківської є:

- розвинута сітка банківських установ;
- довір'я до банківських установ, що традиційно підтримується у суспільстві;
- знання майнової та фінансової ситуації клієнтів;
- досвід банків у сфері інвестування;
- зростання ролі товариств взаємного страхування і втрата позицій на ринку акціонерними страховими закладами [25; 66].

Співпраця, що може виникнути між сторонами фінансового ринку, має багатоцільове інституційне та функційне призначення. Інституційно співпраця банків та страховиків має на меті збільшення прибутку і забезпечення можливостей їх дальшого розвитку. Функційний аспект такої співпраці передбачає найповніше задоволення фінансових потреб клієнтів фінансового ринку упродовж усього їх життя [22; 23]. Інші автори вважають, що свідоме поєднання банків і страховиків є:

- перешкодою для входження на ринок нових виробників фінансових послуг (кредитних і страхових);
- зміцненням позицій уже діючих на ринку учасників з боку страхової і з боку кредитної сфер;
- відкриттям і освоєнням нових джерел фінансових надходжень [27; 178]

Концепція «Загальних фінансів» є порівняно новою. Її започаткували в середині 80-х рр. як сукупність проблем фінансової індустрії у галузі збуту фінансових послуг. Спеціалісти вважають, що ця концепція формувалася у різних країнах майже одночасно, а тому отримала багатозначний термінологічний вираз. Так, на французькому фінансовому ринку вона виникла з ініціативи банків, а тому отримала назву «bancassurance», що змістовно передається як «банківське страхування» (banque + assur-

ансе). Італійським відповідником цього терміну є «bancafi», а іспанським—«bancoassurance». Отже, тут підтверджується думка спеціалістів про те, що страхові новаторства, передусім, залежать від винахідливості банківської сфери [26; 15]. За оцінкою спеціалістів, зближення страхової і банківської сфер у Росії почалося два роки тому. Каталізатором цього процесу була фінансова криза 1998 р. В умовах дефолту банки були змушені шукати альтернативні шляхи залучення клієнтів для нарощення кредитних ресурсів. Один із таких шляхів полягає у розширенні каталогу фінансових послуг, передусім, страхових. У цих умовах банки збільшують господарські обороти без значних додаткових затрат, оскільки відповідальність за успіх страхових операцій лежить на страховиках. Аналогічна проблема є перед страховими закладами. Пошук і освоєння альтернативних шляхів продажу страхових полісів часто здійснюється за посередництвом банків. На російському страховому ринку популярним стає комплексне страхування банків, що охоплює страхування майна банків, страхування ризиків безпосередньої банківської діяльності, страхування банківських службовців та страхування клієнтів банку [2; 66]. Подібну ініціативу у сфері пакетного, банківсько-страхового обслуговування своїх клієнтів на українському ринку активно проявляє банк «Аркада».

У тих випадках, коли страховики не захотіли уступити ініціативам банків, вони самі почали пропонувати свої послуги, що мали банківський характер. Така діяльність страховиків була визначена окремим терміном «assurfinance», що максимально передає зміст таких фінансових взаємовідносин. Вважається, що започаткував його знову ж таки у 80-х рр. тодішній керівник відомої французької страхової компанії AGF Мішель Альберт, який запропонував своїм клієнтам кредити та послуги на довірче управління їхніми фінансовими активами. На думку окремих дослідників банківсько-страхових зв'язків, паралельне вживання цих двох термінів, що передають однаковий зміст, зумовлене тим, що «bancassurance» є повнішим з позиції банків, а «assurfinance»—з позиції страховиків. Хоча, вважають, що перший термін глибше передає суть нового явища [15; 41]. У німецькій фінансовій теорії і практиці така фінансова стратегія відразу отримала ширший діапазон застосування і назву «Allfinanz», що означає—пропозицію ким завгодно різних фінансових послуг чи продуктів. Тобто, суть та зміст цього поняття найбільше проявляються у сфері роздрібної торгівлі різними фінансовими продуктами. Виходячи з цього, окремі автори відзначають, що між формуваннями типу «Allfinanz» та універсальними банками і фінансовими конгломератами існують суттєві відмінності, оскільки перші переважно надають послуги для приватних осіб, а другі— для фірм. Крім цього, фінансові конгломерати існують вже багато років, як правило, у формі холдингів. Однак між їх учасниками не йде мова про продаж продуктів у режимі «Cross – Selling», тобто пакетного продажу фінансових послуг, коли поряд з провідною послугою (продуктом), що служить «локомотивом» усього пакету, продаються інші, котрі не користуються великим попитом у клієнтів, а тому вони, здебільшого, нестійкі [23; 11]. За оцінкою інших спеціалістів, стратегічні зв'язки страховиків і банків є передумовою утворення фінансових холдингів. Іншими, крім банків і страхових закладів, учасниками холдингів можуть бути довірчі товариства, будівельні ощадні каси, маклерські (брокерські) будинки, лізингові та факторингові товариства. Такий розвиток фінансового ринку певною мірою може призвести до уповільнення темпів концентрації капіталів у середині банківського та страхового секторів [28; 51-64].

Отже, проблеми «загальних фінансів» розглядаються з широких позицій підприємств-виробників послуг і споживачів, тому вони відображають завдання різного рівня, що й утруднює єдине визначення змісту цього нового поняття. Тому при розгляді даної концепції мають на увазі, як правило, такі обставини:

- сегментацію ринку споживачів з акцентом на середній сегмент клієнтів фінансового ринку;
- максималізацію обсягів фінансових послуг чи відповідного фінансового продукту;
- участь основних сфер фінансової діяльності—банків, страховиків (особливо особового страхування), інвестиційних фондів, ощадних кас [7; 970].

Інші автори вважають, що під «Загальними фінансами» конкретно треба розуміти:

- широкий спектр пропонованих приватним клієнтам фінансових продуктів, і то при цьому «з одних рук», тобто одночасна пропозиція певною фінансовою організацією профільних і непрофільних для неї послуг;

- вияв турботи фірм, представниць фінансового сектору, про своїх клієнтів протягом усього їх життя— від народження до смерті;

- як порадицтво в галузі розміщення вкладів, індивідуального фінансового планування, розрахунків з податковими органами;

- застосування системи продажу «Cross – Selling» [13; 830].

Таким чином, поняття «загальних фінансів» чи «загальних фінансових послуг», що вважаються синонімами, передбачають просте і разом з цим, обширне задоволення монетарних (капіталовакумуляційних) і ризикогенних потреб клієнтів, обслуговування їх споживчих і виробничих інтересів [10; 190]. Інша спроба дати визначення характеризує концепцію «загальних фінансів», як таку, що передбачає широке і зінтегроване задоволення грошових потреб у фінансуванні та забезпеченні

клієнтів у різних інших ситуаціях можливо «з однієї руки» упродовж цілого їх життєвого циклу – «від колиски, аж до мар» [20; 4]. Аналогічно до поняття «assurfinance» також часто застосовується термін «assurbanking», що вважають навіть ширшим ніж поняття «Allfinanz», оскільки наголошує на якісній універсалізації на противагу кількісній, що переважає в інших системах співробітництва фінансових закладів [24; 5].

На основі аналізу розвитку сучасного фінансового ринку у представників банківської та страхової галузей дедалі більше утверджується думка про значні ринкові можливості у роботі зі своїми спільними клієнтами [12; 313]. Ця обставина – головна підстава для розвитку плідної кооперації і насамперед між банками і страховими компаніями в межах моделі «Загальнофінансового підприємництва» [17; 980].

Разом з цим, взаємні пошуки банків і страховиків у напрямку забезпечення ідентичних потреб своїх клієнтів призводить до того, що їх класичні в минулому і чітко відмінні між собою продукти об'єктивно уподібнюються, а видові, особливі характерні риси стираються. Тому дуже часто клієнт при вирішенні, зокрема, проблеми забезпечення старості пов'язує свої дії не з вибором відповідного закладу, для якого пошукувана ним фінансова послуга є іманентною, профільною, виходячи з її суспільно-економічного призначення, а орієнтується на інші, часто другорядні ознаки, оскільки на ринку є велика подібність продуктів різних закладів. Це явище є настільки поширеним і викликає стільки незручностей, що у фаховій німецькій літературі навіть розглядається нині питання про так званий «арбітраж» у середовищі відносно гомогенної маси страхових та банківських продуктів. Поняття арбітражу при цьому визначається як цілеспрямоване використання існуючої у даний момент часу різниці у ціні на щонайменше двох частинах ринку гомогенних продуктів для отримання максимального прибутку або мінімальних затрат. Подібно визначається арбітраж у «Словнику іншомовних слів»: «Купівля іноземної валюти чи інших цінностей на одному офіційному валютному ринку, щоб дістати прибуток на різниці в курсах валют або цінностей» [3; 65]. Згаданий німецький автор ідентифікує п'ять типів гомогенних продуктів банківського та страхового походження, що дуже подібні за своїми властивостями, а тому мають потенціал для арбітражу. Так, наприклад, можна співставити страхові продукти з їх відповідниками, що пропонують банки (табл. 1)

Таблиця 1

Відповідність страхових продуктів банківським [19; 414–419]

| Страхові продукти | Банківські продукти |
|---|--|
| Позики під страхові поліси, позики під іпотеку | Надання кредитів, дисконтування векселів |
| Надання банківських гарантій | Страховання кредитів (надання страхових гарантій) |
| Структуроване фінансування типу (Asset – backed Securitisation) | Перестраховання з поверненням цедентам затрат на аквізицію страхових внесків |
| Інвестування (Asset Management) | Інвестування резервів із страхування життя |
| Наведення відсотків (вище–нижче) відповідно до ступеня ризику, що загрожує депозитам клієнтів | Трансфер ризику (страхування) і менеджмент ризиком |

Зважаючи на цю обставину, потрібно підказувати споживачам, чий продукт (банківський чи страховий) є кращої кондиції, кращих споживчих властивостей. Оскільки таких консультативних послуг на фінансовому ринку ніхто не пропонує, то клієнт вирішує самостійно, здебільшого, під впливом щонайменше трьох наступних чинників:

- сумлінності та надійності фінансового закладу;
- його доступності та зручності у придбанні послуги, продукту;
- «справедливості» у встановленні ціни відповідно до якості послуги чи продукту [16; 158].

Вагомість кожного з наведених чинників може бути різною у різних сегментах фінансового ринку і, безумовно, визначається першочерговою потребою різних категорій споживачів фінансових послуг.

Конкуруючі установи зі свого боку, прагнучи догодити клієнтам і розширити сферу свого впливу на ринку, вдосконалюють пропозицію своїх послуг у таких напрямках:

1. здешевлення збуту продуктів через сувору оптимізацію (мінімалізацію) коштів обслуговування ринку.
2. сервісної орієнтації разом із пропозицією широкої палети фінансових продуктів і послуг та забезпечення клієнтам їх вільного вибору через сегментацію ринку для створення цільових груп клієнтів із різними потребами і забезпечення їх окремого обслуговування в різних стандартах через окремого маклера (брокера) або спеціального посередника;
3. безперервної інноваційності й отримання в її результаті піонерського прибутку у фазі високого попиту на новий продукт.

Введення нових форм продажу фінансових послуг конкуруючими галузями може навіть вважатися кількісним виразником інтенсивності конкуренції, бо, на думку німецького професора Діттера Фарного, іноваційність форм продажу послуг і продуктів можна сприймати як індекс інтенсивності змагання на

фінансовому ринку [14; 82]. Правда, в процесі розвитку збуту страхових продуктів інновації більше проявляються в сфері «оформлення і упаковки», ніж у сфері зміцнення страхової відповідальності [8; 1072]. Тому є велика невизначеність серед страхових продуктів, оскільки вони часто відходять від своєї початкової суті. Так, за словами німецького спеціаліста у галузі страхування Вегльмана, відмінності у визначенні банківських і страхових продуктів на європейському фінансовому ринку є ще досить значними, оскільки навіть ті самі продукти у різних країнах оцінюються по-різному. Він відзначав, зокрема, що ще недавно французи під страхуванням життя розуміли дещо інший продукт ніж німці. У загальноєвропейському розумінні договори довготермінового банківського заощадження вважаються подібними до договорів довготермінового страхування життя [6; 418]. При цьому також здійснюються постійні спроби уніфікації страхових продуктів та умов їх надання не лише в окремих країнах, а й на загальноєвропейському рівні [1; 40–45].

Продаж широкого асортименту продуктів партнера, з котрим кооперується страхова фірма чи банк, можливий лише при належній стандартизації фінансових продуктів чи послуг, орієнтованих на невисоку професійну кваліфікацію працівників у розміщенні нових і не властивих для них продуктів фірми-партнера. Для продажу продуктів індивідуального характеру й особливих властивостей необхідно підвищувати і відповідно орієнтувати кваліфікацію своїх працівників на універсальне обслуговування. Така необхідність існує вже давно і тому страхові товариства традиційно називають «будинком ста професій». Однак в нових умовах, що створилися на фінансовому ринку, працівники вимушені більшою мірою, ніж дотепер, об'єднувати функції окремих професій в одній особі – виступати як фінансові експерти. У сфері кадрового менеджменту обговорювалася доцільність нової професії для фінансової діяльності – «страховик-банкiр» [5; 797]. Підготовка такого спеціаліста вимагає зміни та корінного вдосконалення діючої концепції професійної освіти: адже фахівець має набути солідних знань у страховій, банківській та інших суміжних сферах, щоб стати менеджером ризиків широкого профілю. Така необхідність викликана тим, що тепер клієнт здебільшого вимагає від продавця не лише простих пояснень, а й професійного порадиництва щодо наслідків даної фінансової операції у віддаленій перспективі. Професор Діттер Фарни наголошує, що продаж страхових полісів не належить до одноразової операції кожної даної миті, а це тривалий перманентний процес, що є між страховиком і його клієнтом, і в якому поєднуються різні види діяльності: порадиництво, укладення договору, погодження змісту спільного договору, розрахунок відшкодування чи страхових сум [4; 144]. Таким чином, клієнти потребують від своїх домашніх банків і страховиків спеціальних, індивідуалізованих продуктів і послуг, виконаних, запропонованих і проданих на високому професійному рівні. Таке завдання є, безумовно, важким для виконання особливо через складність формування страхових продуктів. На думку спеціалістів, враховуючи особливий характер страхових послуг і продуктів, які дещо, а часом і значно відрізняються від банківських, банківські працівники можуть успішно їх продавати лише тим особам, котрі за наслідками усного вербального спілкування здатні реально уявити дійсну споживчу вартість абстрактного продукту.

Давно зауважили, що банківський і страховий сектори найбільше потребують глобалізації своєї діяльності. Тому тісна інтеграція, взаємопереплетення банківських і страхових закладів на національному рівні виступає сприяє їх швидкому зближенню на міжнародному рівні.

За оцінками спеціалістів, концепція «загальнофінансового підприємництва» виявляється одночасно з трьома іншими головними тенденціями розвитку сучасного європейського страхового ринку:

1. дерегуляцією (лібералізацією) страхової діяльності;
2. затиранням відмінностей між державним і приватним та між майновим і особовим страхуванням;
3. доповненням страхових інструментів іншими інструментами фінансового ринку (деривативами) [11; 25].

Таким чином, успішна реалізація «загальнофінансового підприємництва» у загальноєвропейському масштабі є можливою при гармонізації фінансового права окремих європейських держав, їх підпорядкувані загальним вимогам. Рада Європейського Співтовариства видала для цього більше 300 нормативних актів, головними з яких є Директиви Ради ЄС зі спеціальних питань. За своїм характером, ці директиви спеціалісти поділяють на три покоління (генерації):

- перше покоління починається директивою, прийнятою 25 лютого 1964 р., що відмінила обмеження щодо вільного надання послуг у сфері перестрахування та ретроцесії. Переважно директиви цього покоління належать до директив сімдесятих років і характеризуються розширенням права щодо заснування страхових закладів на території країн – членів ЄС;
- друге покоління припадає до директив вісімдесятих років, що розширили права страховиків у сфері транскордонного страхування;
- третє покоління сформувалося у дев'яностих роках і створило систему єдиної для усіх країн – членів ЄС ліцензії на право вільного ведення страхової діяльності.

На інтеграцію національних страхових ринків суттєво вплинули також часткове зникнення відмінностей організаційно – правового та видового характеру, а також широке застосування страхових

деривативів.

Правда, на думку французького спеціаліста, всі названі тенденції розвитку страхового ринку в різних європейських країнах-членах Євросоюзу поки що виявляються на різних рівнях зрілості, що дало йому підставу провести у їх середовищі «вікову» градацію:

- а) «дитячого» віку – Греція, Люксембург, Португалія;
- б) «молодості» – Данія, Італія, Іспанія;
- в) «повноліття» – Бельгія, Франція, Німеччина;
- г) «зрілості» – Ірландія, Великобританія, Нідерланди [9; 16].

Такий стан, безумовно, приводить не лише до зближення, а й до диспаритету у середовищі фінансового ринку країн-членів Європейського Союзу.

Література

1. Клапків М. С. Загальні умови страхування як необхідний елемент правового регулювання страхових відносин // Право України. – 1995. – № 12.
2. Николенко Н. Банки и страховая компания: реалии и перспективы сотрудничества // Финансовые услуги. – 2000. – № 5, 6.
3. Словник іншомовних слів/ За редакцією члена-кореспондента АН УРСР О. С. Мельничука. – Київ: Головна редакція Української радянської енциклопедії, 1977.
4. Alternative Vertriebswege // Versicherungswirtschaft. – 1986. – № 2.
5. Am bewährten Berufsbild festhalten: Kein «Versicherungs-Banker» in Sicht // Versicherungswirtschaft. – 1987. – № 12.
6. Bank – und Versicherungsprodukte – Unterschiede und Gemeinsamkeiten // Versicherungswirtschaft. – 1990. – № 7.
7. Bornefeld Peter Lutke. Allfinanzstrategien in Deutschland und der Vertrieb von Lebensversicherungen // Versicherungswirtschaft. – 1990. – № 16.
8. Glotzman Peter. Universität Köln, Versicherungsrechtslinie Vortragsveranstaltung // Versicherungswirtschaft. – 1983. – № 17.
9. Guernonprez D. Panorama Européen de la bancassurance // «L Argus». – 1994. – № 6386.
10. Hahn Oswald. Der Markt für Finanzierungsdienstleistungen im Zeitvergleich // Versicherungswirtschaft. – 1988. – № 3.
11. Jonczyk Barbara, Ogródnik Helena. Tendencje występujące na europejskim rynku ubezpieczeń // Wiadomości Ubezpieczeniowe. – 1999. – № 3, 4.
12. Kayser Ottmar. Bankversicherungen – Chancen einer Kooperation zwischen Kredit – und Versicherungswirtschaft // Versicherungswirtschaft. – 1987. – № 5.
13. Klein Wilhelm. Konzentration oder Kooperation – was bringt das strategische Versicherungskonzept eines Allfinanzverbunds? // Versicherungswirtschaft. – 1988. – № 12.
14. Märkte im Wandel: Herausforderungen für Theorie und Praxis // Versicherungswirtschaft. – 1987. – № 1.
15. Michalak Józef. Bancassurance – związki banków z firmami ubezpieczeniowymi // Wiadomości Ubezpieczeniowe. – 1995. – № 1,2,3.
16. Muth Michael. Wer gewinnt den Wettlauf um den Privatkunden ? // Versicherungswirtschaft. – 1988. – № 24.
17. Schönberg Reiner, Lerbs Hartmunt. Strategen müssen jetzt an die Front ! // Versicherungswirtschaft. – 1989. – № 15.
18. Schöfski Oliver. Finanzdienstleistungsmärkte im Umbruch // Versicherungswirtschaft. – 1991. – № 3.
19. Seufferle Johannes. Arbitrage zwischen Bank – und Versicherungsprodukten (I) // Versicherungswirtschaft. – 1999. – № 7.
20. Schierer Wolfgang. Finanzdienstleistungen: Möglichkeiten und Grenzen // Versicherungswirtschaft. – 1991. – № 1.
21. Sliperski Marek. Perspektywy bancassurance w Polsce // Prawo, Ubezpieczenia, Reasekuracja. – 1998. – № 4.
22. Sliperski Marek. Bancassurance – od teorii do praktyki // Wiadomości Ubezpieczeniowe. – 1998. – № 11,12.
23. Sliperski Marek. Zalecenia w strategii bancassurance // Wiadomości Ubezpieczeniowe. – 1998. – № 7,8.
24. Sliperski Marek. Polski przypadek assurbanking ? // Prawo, Ubezpieczenia, Reasekuracja. – 2000. – № 2.
25. Swital Radoslaw. Rozwój bancassurance na rynku francuskim // Wiadomości Ubezpieczeniowe. – 1999. – № 9,10.
26. Urbaniak Macej. Powiazania dwuchstronne // «Gazeta Bankowa» від 18 травня 1995 року.
27. Versicherungswirtschaft. – 1991. – № 3.
28. Wierzbicka Ewa. Przeslanki sojuszy strategicznych ubezpieczycieli i banków // Prawo Asekuracyjne. – 1996. – № 4.