

*Илиндеева Марина Валерьевна*

преподаватель

Красноярский филиал

ФГОБУ ВО «Финансовый университет

при Правительстве Российской Федерации»

г. Красноярск, Красноярский край

## **РАЗВИТИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СТРАХОВОГО СЕКТОРА С ДРУГИМИ ФИНАНСОВЫМИ ИНСТИТУТАМИ**

*Аннотация: в статье рассматривается вопрос многоаспектного взаимодействия страхового сектора с банковскими институтами, инвестиционными фондами и финтех-компаниями. Анализируется его роль в укреплении финансовой системы и выявляются барьеры, препятствующие эффективной интеграции. Автор обращает внимание на проблемы асимметрии информации, конфликта интересов, регуляторной неопределенности и технологической несовместимости, а также предлагает механизмы их преодоления.*

*Ключевые слова:* страховой сектор, финансовые институты, финансовая интеграция, системная устойчивость, цифровизация.

Взаимодействие страхового сектора с другими финансовыми институтами давно перестало быть периферийным явлением – оно стало основой современной финансовой экосистемы, определяющей ее устойчивость, инновационность и доступность для населения. На протяжении XX века банки, страховые компании и инвестиционные фонды развивались параллельно, но лишь с начала XXI века, с появлением цифровых технологий и глобализации, их взаимосвязь приобрела системный характер. Это связано с тем, что современные финансовые потребности клиентов – будь то физическое лицо, нуждающееся в пенсионном страховании, или корпорация, ищущая защиты от киберрисков – требуют комплексных решений, которые один институт предоставить не может.

Ярчайшим примером такого взаимодействия является модель банкострахования, где банки выступают посредниками в продаже страховых продуктов. В

России этот подход стал массовым после либерализации финансового рынка в 2010-х годах. По данным Центрального банка РФ, в 2024 году доля банковских каналов в продажах страховых полисов жизни достигла 68%, а имущественного страхования – 32%. Например, Сбербанк, крупнейший банк страны, через свою дочернюю компанию «СберСтрахование» предлагает клиентам полисы автострахования, страхования жилья и инвестиционные продукты с гарантиями. Это удобно для клиентов, которые могут оформить страховку в том же офисе, где берут кредит или открывают вклад, а для банка – источник дополнительного дохода от комиссий. Однако эта модель порождает серьезные проблемы. Анализ жалоб и отрицательных отзывов клиентов показал, что 37% жалоб на страховые продукты касались навязанного банками страхования. Клиенты жаловались, что менеджеры банка не объясняли условия полиса, упор делался на бонусы за оформление, а реальные риски и стоимость покрытия оставались неясными. Это привело к снижению доверия к банковским продуктам и увеличению числа судебных исков, что подчеркивает необходимость регулирования таких партнерств.

Европейский союз столкнулся с аналогичными вызовами, но предпринял более системные меры для их решения. Директива PSD2, вступившая в силу в 2018 году, обязала банки предоставлять финансовым институтам доступ к данным клиентов только с их явного согласия через защищенные API. Это позволило страховым компаниям получать доступ к информации о финансовом поведении клиентов, не нарушая их приватность, и предлагать более персонализированные продукты. Например, немецкая страховая компания Allianz сотрудничает с банком Commerzbank, используя анализ доходов и расходов клиентов и предлагая им страховые планы, соответствующие их финансовому профилю. Кроме того, Европейский совет по страхованию и пенсионным накоплениям (EIOPA) ввел стандарты раскрытия информации о комиссиях: теперь все страховые продукты, продаваемые через банки, должны содержать четкую информацию о том, какую часть стоимости занимает комиссия банка, а какую – страховщика. Это позволило клиентам принимать более осознанные решения, а жалобы на навязы-

вание продуктов в ЕС снизились на 18% за последние три года. Проблемы взаимодействия проявляются не только в розничном, но и в корпоративном сегменте. Инвестиционные фонды и страховые компании часто сотрудничают в управлении активами, но различия в регуляторных требованиях мешают созданию синергетических продуктов.

Взаимодействие страховой компании с банком несет ряд проблем для страховщика: потеря индивидуальности в глазах клиентов и контрагентов; дополнительные расходы и потери от проблем при таком взаимодействии; потеря контроля над учреждением; дополнительные сложности в управлении и продвижении продуктов; потеря ценных сотрудников; возможные ошибки из-за недостатка знаний и опыта; потери из-за недостаточности возможностей влияния на собственников, менеджеров и персонал банка; потери от асимметрии в управленческой информации; возможные имиджевые потери.

Раскрывая предпосылки взаимодействия банков со страховыми компаниями, необходимо выделить такие их типы: экономические, организационные, социальные, инфраструктурные, информационные. При этом, основой экономических предпосылок является прибыльность деятельности банков и страховщиков, основой организационных – уменьшение затрат времени и рабочей силы на осуществление операций на финансовом рынке, рынке финансовых, банковских, страховых услуг, основой социальных – дополнительная социальная защита собственников и персонала таких компаний, основой инфраструктурных – экономия ресурсов в пределах функционирования на финансовом рынке, рынке финансовых, банковских, страховых услуг, основой информационных – экономия финансовых и других ресурсов на осуществление профессиональной деятельности банками и страховыми компаниями. Однако, подробнее рассматривая приведенные предпосылки, можно утверждать, что все они концентрируются на экономических предпосылках взаимодействия страховых компаний и банков [1].

Цифровизации открывает новые горизонты для взаимодействия, особенно в странах с развитым финтех-сектором. В Китае страховые компании активно сотрудничают с платформами Alipay и WeChat Pay, которые предоставляют доступ

к миллиардам пользователей. Например, Ping An Insurance, одна из крупнейших страховых компаний мира, интегрировала свои услуги в приложение Alipay, где клиенты могут сравнивать условия полисов автострахования, жизни и здоровья, получать консультации от ИИ-ассистентов и оформлять страховку за 5 минут. По данным Китайской ассоциации страхования, в 2024 году онлайн-продажи страховых продуктов через финтех-платформы выросли на 35%, достигнув 1,2 трлн юаней. Это не только расширило охват аудитории – особенно молодежи, предпочитающей онлайн-сервисы – но и снизило издержки страховщиков: автоматизация процессов продаж и обработки заявок позволила сократить операционные расходы на 20%.

В США взаимодействие страхового и банковского секторов развивается в области киберстрахования. Банки, хранящие большие объемы данных клиентов, становятся мишенью для кибератак, и страховые компании предлагают им специализированные продукты для защиты от утечек данных. Например, American International Group (AIG) сотрудничает с JPMorgan Chase, предоставляя банку страховку от киберинцидентов, которая покрывает расходы на расследование инцидента, уведомление клиентов и возмещение ущерба. Этот продукт стал востребован после серии крупных взломов банковских систем в 2021–2022 годах, когда ущерб от одного инцидента достигал 100 млн долларов. Страхование киберрисков позволяет банкам переложить часть рисков на страховщиков, а страховым компаниям – использовать экспертизу банков в оценке уязвимостей систем.

Для дальнейшего развития взаимодействия необходимо решить несколько ключевых задач. Во-первых, усилить регуляторный контроль за навязыванием продуктов. Например, в России Центральный банк планирует ввести обязательное обучение менеджеров банков основам страхования и правилам продажи страховых продуктов, что поможет повысить их компетентность и снизить количество жалоб. Во-вторых, развивать общие цифровые платформы. Европейский союз работает над созданием «Единого цифрового рынка страхования», где страховые компании и банки смогут обмениваться данными через защищенные облачные сервисы, соблюдая нормы. В-третьих, интегрировать ESG-принципы в

4 <https://phsreda.com>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

совместные продукты. Например, страховая компания Zurich сотрудничает с инвестиционным фондом BlackRock в финансировании проектов по установке солнечных панелей на крышах домов. Страховка покрывает риски повреждения оборудования, а фонд инвестирует в строительство, что стимулирует переход на возобновляемые источники энергии.

Перспективы взаимодействия страхового сектора с другими финансовыми институтами связаны с созданием экосистем, где каждый участник приносит уникальную ценность. Банки привносят клиентскую базу и доверие, страховые компании – экспертизу в управлении рисками, финтех – технологии для удобства и доступности, а инвестиционные фонды – капитал для долгосрочных проектов. Такие экосистемы уже существуют в Китае и Европе, и их опыт показывает, что синергия между финансовыми институтами способна повысить конкурентоспособность сектора, сделать его более устойчивым к кризисам и удовлетворить растущие потребности клиентов.

В заключение стоит подчеркнуть, что развитие взаимодействия страхового сектора с другими финансовыми институтами – это не просто тренд, а стратегическая необходимость для сохранения и укрепления финансовой системы. Глобальный опыт доказывает, что такое взаимодействие способно не только повысить доходность финансовых институтов, но и сделать финансовую систему более инклюзивной и устойчивой к вызовам будущего.

### ***Список литературы***

1. Землячева О.А. Экономические предпосылки углубления взаимодействия банков и страховых компаний / О.А. Землячева // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. – 2021. – №3. EDN LPXIMO
2. Бабенко И.В. Банкострахование как финансовая категория. Оценка российского рынка банкостраховых услуг / И.В. Бабенко, А.И. Бабенко // Финансы и кредит. – 2016. – №4(676) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/bankostrahovanie-kak-finansovaya-kategoriya-otsenka-rossiyskogo-rynka-bankostrahovyh-uslug> (дата обращения: 12.10.2025).