

ТРУДЫ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

УДК 336

DOI: 10.26456/2219-1453/2022.4.200–209

НЕДОБРОСОВЕСТНЫЕ ПРАКТИКИ РЕАЛИЗАЦИИ БАНКАМИ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ И СПОСОБЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ИМ

Д.С. Вахрушев, Д.В. Соколова

ФГБОУ ВО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова»,
г. Ярославль

Целью статьи является изучение недобросовестных практик реализации банками страховых продуктов, выявление причин такого поведения и определение путей решения данной проблемы, в том числе посредством инструментов поведенческого надзора. В статье рассмотрены практики недобросовестного поведения банков при реализации страховых продуктов, получившие свое распространение в ходе развития банкострахования. Научная новизна статьи заключается в выявлении причин ненадлежащего поведения (желание банков получить дополнительный доход в виде комиссионного вознаграждения на фоне волатильности процентных ставок на рынках; зависимость страховых компаний от банков в силу существенного различия в развитии страхового и банковского сектора и др); в обосновании вывода о том, что с точки зрения институциональной теории недобросовестные практики реализации финансовых услуг являются формой проявления оппортунистического поведения; конкретизации способов решения данной проблемы, в том числе посредством поведенческого надзора со стороны Банка России. Отмечено, что ненадлежащее поведение банков при реализации страховых продуктов в конечном счете может привести к снижению уровня доверия населения к крупнейшим финансовым институтам, в результате чего пострадает весь финансовый рынок. Сделан вывод о том, что наилучшим решением выявленной проблемы является саморегулирование и изменение приоритетов в сторону клиентской ценности, построения долгосрочных отношений с клиентом, а также предложение ему максимально разнообразной и выгодной линейки финансовых продуктов.

Ключевые слова: *недобросовестные практики, ненадлежащее поведение банков, миссинг, банкострахование, мискондакт, поведенческий надзор, клиентская ценность, страховые продукты.*

В последние годы границы между банками и страховыми компаниями все более размываются. Данный процесс осуществляется практически во всех странах с развитой рыночной экономикой. Это обусловлено активным взаимным проникновением банков и страховых компаний в деятельность друг друга [4].

Банки и страховые компании заинтересованы во взаимодействии по многим причинам. Основные выгоды взаимодействия страховых компаний с коммерческими банками представлены в табл. 1.

Таблица 1

Выгоды взаимодействия страховых компаний и коммерческих банков [6]

Выгоды страховой компании	Выгоды коммерческого банка
Обмен клиентскими базами	
Повышение качества обслуживания клиентов	
Минимизация расходов на продвижение и рекламу	
Создание новых финансовых услуг	
Снижение операционных затрат (аренда офиса, найм кадров)	Расширение спектра предоставляемых услуг
Прирост страховых премий	Дополнительный доход в виде комиссионного вознаграждения
Сохранность и прибыль от вложения в банки свободных денежных средств и резервов	Увеличение объемов привлеченных свободных средств
	Страхование рисков банков и их клиентов

Исходя из преимуществ для обеих сторон, можно сделать вывод о том, что сотрудничество страховых компаний и банков в целом является позитивным направлением для дальнейшего развития финансовых институтов и рынка в целом.

С развитием взаимодействия банков и страховых компаний появился термин «банкострахование» (bank assurance). Первоначально банкострахование как термин использовался для обозначения простого распределения страховых продуктов через банковский канал, теперь же данный термин применяется для описания всех видов взаимоотношений между банковской и страховой отраслями [13].

Банковский канал продаж на данный момент составляет крупную долю полученных страховых премий страховыми компаниями России. За 2021 г. через кредитные организации поступило 35,8 % всех собранных премий [8], что демонстрирует особую значимость банкострахования для страховых компаний.

Несмотря на значительные преимущества банкострахования для всех участников взаимодействия, одним из его результатов стало недобросовестное использование банком своего положения на финансовом рынке для реализации страховых продуктов вне зависимости от заинтересованности в них клиентов. Широкую распространенность в России такие практики получили, начиная с 2015 г., когда финансовый рынок был подвержен сильным колебаниям, и банки начали стремиться получать дополнительный доход, не зависящий от уровня процентных ставок.

Наиболее часто к недобросовестным практикам реализации финансовых продуктов применяется термин «мисселинг», однако, по мнению Центрального Банка РФ, это лишь один из видов недобросовестного поведения участников финансового рынка, представляющий собой продажу одного финансового продукта под видом другого [5]. Чаше всего с жалобами в ЦБ по вопросу недобросовестного

поведения участников финансового рынка обращаются клиенты банковских организаций (рис. 1).

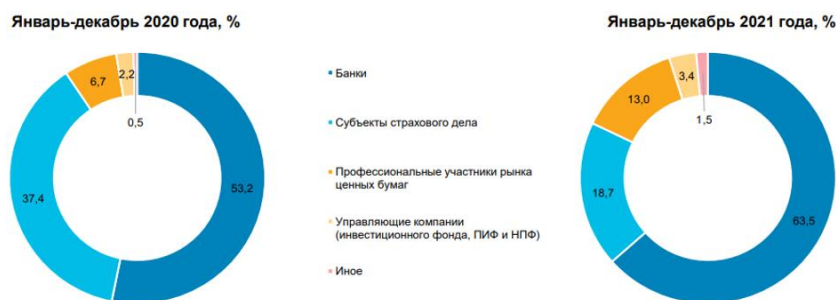


Рис. 1. Распределение жалоб, связанных с мисселингом, в разрезе категорий участников финансового рынка [9]

Общим термином для всех недобросовестных практик является misconduct – («ненадлежащее поведение»), что означает для каждого конкретного случая возможного применения нескольких видов недобросовестных практик [5]. По мнению авторов, с институциональной точки зрения мискондакт является одной из форм проявления оппортунистического поведения участников финансового рынка, в рамках которого одна из сторон контракта стремится к извлечению выгоды в одностороннем порядке.

Банк России защищает интересы потребителей на финансовом рынке: следит за соблюдением финансовыми организациями обязательных условий договора, препятствует навязыванию услуг, сокрытию от клиентов существенной информации, введению их в заблуждение и другим недобросовестным практикам. Так как законодательно недобросовестное поведение участников финансового рынка не закреплено единым понятием и на практике реализуется различными способами, ЦБ РФ выделяет следующие наиболее распространенные практики:

- недобросовестное информирование (misinforming) – искажение и/или представление клиенту неполной информации о финансовом продукте ;
- продажа неподходящих продуктов (unsuitable selling) – продажа финансовых продуктов или услуг, не отвечающих интересам клиентов;
- непрозрачное ценообразование (mispricing) – введение в заблуждение относительно размера комиссий, стоимости (справедливой стоимости) финансового продукта или услуги ;
- связанная продажа (tied selling) – практика компании, предоставляющей финансовый продукт или услугу при условии, что клиент покупает какой-либо другой продукт или услугу ;
- подмена продуктов (misselling) – предложение одного финансового продукта (услуги) под видом другого [там же].

Вышеперечисленные практики формируют негативный опыт для потребителей финансовых услуг и отрицательно сказываются на удовлетворенности страховыми продуктами и услугами финансового рынка в целом и лояльности к страховым компаниям и кредитным

организациям, зачастую выступающим агентами страховых организаций [5]. Кроме того, выявляемые неприемлемые практики приводят к неполучению потребителями реальной страховой защиты в ожидаемом объеме.

Причинами ненадлежащего поведения является заинтересованность банков в получении комиссионного вознаграждения с каждого проданного страхового продукта, величина которого достигает 70 % от страховых взносов. Наиболее высокий уровень комиссий приходится на “страхование от несчастных случаев и болезней” (табл. 2).

Таблица 2

Уровень комиссионного вознаграждения банкам за реализацию “страховых продуктов” [11]

Вид страхования	Комиссия, % от взносов			
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Страхование жизни, всего	17,3	17,2	20,1	20,7
<i>в т. ч. “страхование жизни заемщика”</i>	42,9	40,4	52,6	57,2
Страхование от НС и болезней	55,1	63,8	73,5	67,4
Страхование автокаско	23,3	20,8	23,7	27,1
Страхование прочего имущества <u>юр.лиц</u>	15,8	14,4	18,6	18,2
Страхование прочего имущества граждан	46,4	52,1	56,4	53,6

Из-за снижения банковских ставок по кредитам банки вынуждены искать дополнительные источники дохода, одним из которых является комиссионное вознаграждение от страховых компаний. Кроме дополнительного дохода продажа страховых продуктов способствует диверсификации деятельности, универсализации банковского учреждения, где теперь можно удовлетворить более широкий спектр потребностей клиентов. В то же время при снижении ставок по банковским вкладам клиенты часто соглашаются на предложения банковских сотрудников большей доходности, которые при этом умалчивают о существенных различиях между инвестиционными страховыми продуктами и банковскими вкладами.

В качестве основных причин ненадлежащего поведения банков можно также назвать агрессивный характер продаж, когда банковские сотрудники ориентированы на продажу конкретного страхового продукта, нежели на потребности клиента. Кроме того, для продавцов могут быть установлены КРІ в зависимости от объемов дополнительно проданных услуг. Все это приводит в итоге к тому, что на потребительском рынке финансовых услуг складывается негативный образ в первую очередь страховщика, а не агента продаж [3].

Низкий уровень финансовой грамотности клиентов или недостаточные знания у продавцов, связанные с недостатками их обучения, также являются одной из причин недобросовестного поведения банков. Зачастую сотрудники банков недостаточно обучены в вопросах страхования по сравнению с сотрудниками страховых компаний, специализирующихся в данной отрасли, из-за этого консультации клиентов осуществляются не должным образом.

В такой ситуации недобросовестное поведение банков в конечном счете может привести к затормаживанию роста банкострахования, которое в последние несколько лет продемонстрировало рост с 213 млрд руб. в 2015 г. до 668 млрд руб. в 2021 г. [11].

В Банке России и раньше уделялось внимание теме взаимодействия финансовых компаний с потребителем, в основном в форме реакции на жалобы и обращения граждан. Но только в 2016 г., изучив лучшие международные практики, поведенческий надзор был выделен в отдельное направление. После этого была разработана соответствующая концепция, реализация которой началась в 2018 г.

В широком смысле под поведенческим надзором понимается надзор над механизмами и инструментами взаимодействия финансовых организаций с потребителями. В рамках поведенческого надзора Банк России изучает применяемые практики реализации финансовых продуктов, осуществляет анализ полноты и корректности предоставления потребителям информации перед заключением договора, проводит мониторинг соответствия контрактных соглашений действующему законодательству, а также проверяет соблюдение финансовыми организациями всех условий заключенных договоров. В процессе реализации поведенческого надзора выявляются недобросовестные практики, которые становятся возможными, в том числе вследствие отсутствия каких-либо законодательных норм. После этого регулятор публикует рекомендации для всего рынка, давая четкий сигнал о недопустимости подобных действий [10]. Тем самым поведенческий надзор за банкострахованием выполняет превентивную и побудительную функции, которые направлены на «мягкое» искоренение проблемы.

Поведенческий надзор реализуется как в реактивном, так и превентивном режимах. В первом случае Банк России реагирует на жалобы и поступившую информацию о деятельности участников рынка, содержащей признаки недобросовестного поведения. Во втором случае акцент изначально смещен на предупреждение нарушения прав потребителей финансовых услуг за счет регламентации процедур взаимодействия участников рынка с клиентами в целях исключения возможности реализации недобросовестных практик [7].

Таким образом, Банк России выступает регулятором еще и поведенческих аспектов подконтрольных финансовых институтов друг с другом и с потребителями. Отсюда следует вывод, что обеспечение устойчивости финансового рынка России зависит также от положения потребителя в финансовой системе, его безопасности и доверия к рынку.

Обратим внимание на тот факт, что попытки решения проблемы ненадлежащего поведения участниками финансового рынка активно предпринимались ранее и продолжают совершенствоваться:

- страхование при кредитовании закреплено добровольным видом страхования;

- был введен «период охлаждения», по которому страхователь в течение определенного периода времени имеет право расторгнуть договор с полным возвратом уплаченных денежных средств;

- с сентября 2020 г. при полном досрочном погашении кредита, страхователь имеет право получить возврат уплаченной страховой премии за очередной период за неиспользованный период времени без удержания страховой компанией расходов на ведение дела;

- внедрение памяток в форме таблицы с указанием ключевой информации по страховому продукту, в том числе величины комиссионного вознаграждения банка. При заключении договора страхования это способствует более четкому пониманию потребителем ценообразования продукта и его стремлению приобрести аналогичный продукт по более выгодной цене из-за меньшего комиссионного вознаграждения. К тому же такое представление информации поможет заемщику оценить целесообразность приобретения страховки. С 1 октября 2022 г. при оформлении кредита и страхового договора, банк обязан предоставить заемщику краткий информационный документ, в котором должно быть указано:

- 1) страхование каких рисков напрямую связано с кредитом (например, влияет на ставку по кредиту), а каких – нет;

- 2) сколько всего придется заплатить за страховку, и какую часть этой суммы составит комиссия банка;

- 3) кому страховая компания перечислит возмещение – банку или заемщику;

- 4) какие документы понадобятся, чтобы получить выплату;

- 5) какие случаи не считаются страховыми;

- 6) можно ли отказаться от страховки и сколько при этом вернут денег;

- 7) как изменятся условия кредита, если оформить страховку, а затем отменить ее;

- 8) по какому адресу отправлять заявления страховщику и банку, например об отказе от страховки и возврате части денег;

- 9) как бесплатно урегулировать споры со страховщиком и банком до суда [12].

Новые требования к правилам продажи и условиям страховых продуктов должны оказать сдерживающее влияние на недобросовестную продажу банками страховых продуктов.

Учитывая стремительный характер развития финансового рынка и растущее разнообразие финансовых продуктов с одновременным их усложнением, регулятор вынужден постоянно актуализировать процедуры поведенческого надзора. Ежегодно появляются новые способы борьбы с недобросовестными практиками реализации страховых продуктов. В соответствии с законом от 11.06.2021 № 192-ФЗ Банк России может требовать приостановки недобросовестных продаж и возврата денег обманутым потребителям при мисселинге, когда один финансовый продукт продается под видом другого [11]. Эти меры могут применяться в

отношении банков и финансовых продуктов, по которым допускаются систематические нарушения. Так, если финансовая организация при продаже утаивает от потребителей важную информацию об ограничениях и рисках, вводит клиентов в заблуждение относительно возможного дохода и гарантий, а также выдает один финансовый продукт за другой, более надежный, ЦБ РФ сможет применить соответствующие меры. Тем не менее, финансовые посредники все равно нередко пренебрегают существующими требованиями и пользуются низкой финансовой грамотностью своих заемщиков.

Кроме Банка России в противодействии мисселингу и поддержании конкуренции на рынке также заинтересованы страховые компании. Так, страховщики совместно с ЦБ РФ разработали базовый стандарт защиты прав и интересов потребителей услуг страховых организаций [3], целью которого является регламентация процесса реализации страховых продуктов, в том числе корректное информирование потребителей, как со стороны страховой компании, так и со стороны банка, выступающего в роли страхового агента. Некоторые страховые компании по рекомендации Банка России осуществляют звонки клиентам, которые приобрели продукты инвестиционного и накопительного страхования. Так называемые «welcomecall» проводятся с целью проверки соблюдения процедуры по оценке наличия специальных знаний в области финансов у потребителя страховых услуг. В рамках welcomecall клиентам задаются вопросы для оценки потребности и понимания приобретенного продукта.

В рамках исследования заявленной темы нельзя не акцентировать внимание на том, что недобросовестное поведение банков при реализации страховых продуктов является в первую очередь проблемой этического характера. Поэтому решение данной проблемы объективно будет сопровождаться большими временными лагами, так как необходимо влиять именно на неформальные институты – поведение и приоритеты банков и страховых компаний. На первый план должна встать клиентская ценность, а не стремление к текущей максимизации прибыли любыми средствами. Банки должны понять, что ненадлежащее поведение является способом заработка только в краткосрочном периоде. В долгосрочной перспективе это приведет к снижению доверия потребителей к основным финансовым институтам, в результате чего пострадают крупнейшие банки, а вслед за ними и весь финансовый рынок. В этой связи одновременно с реализацией поведенческого надзора со стороны Банка России представляется особенно важным развитие института саморегулирования.

Таким образом, недобросовестные практики реализации страховых продуктов банками получили свое развитие в последние несколько лет на фоне низких процентных ставок, как способ получения банками дополнительного дохода за счет комиссионного вознаграждения. При этом негативную роль сыграла также высокая зависимость страховых компаний от банков, через которые поступает наибольшая доля страховых премий.

Проводимое ужесточение надзорного регулирования со стороны Банка России; введение законопроектов и стандартов, препятствующих

распространению недобросовестных практик; заинтересованность всех участников финансового рынка в предотвращении ненадлежащего поведения и поддержании конкуренции – все это в значительной мере позволяет решать проблему некорректных продаж банками страховых продуктов.

Тем не менее, проблема присутствия на рынке недобросовестных практик по-прежнему остается нерешенной. Необходимо время для изменения приоритетов банков и страховых компаний в сторону построения с клиентами долгосрочных отношений, а не получение быстрого заработка в краткосрочном периоде через «навязывание», умалчивание и подмену продуктов. Отношения должны быть направлены на максимальное удовлетворение действительно существующих потребностей, а также на повышение финансовой грамотности населения. При этом в случае, если субъекты финансового рынка не предотвратят недобросовестное поведение на этапе «мягкого регулирования», перевод проблематики в область сугубо правового регулирования будет означать постепенное эволюционирование поведенческого надзора в область банковского надзора с соответствующими последствиями в виде применения санкций к компаниям-нарушителям, от которых пострадают в том числе крупнейшие банки.

Список литературы

1. Базовый стандарт совершения страховыми организациями операций на финансовом рынке (утв. Банком России протокол N КФНП-24 от 9 августа 2018 г.) – Текст: электронный // cbr.ru [сайт]. – URL: <https://cbr.ru/queries/xsltblock/file/90005/17> (дата обращения: 14.11.2022).
2. Банк России определил порядок приостановки продаж и возврата потребителям денег при мисселинге. – Текст: электронный // cbr.ru [сайт]. – URL: <https://cbr.ru/press/event/?id=14168> (дата обращения: 14.11.2022).
3. Барсукова О.В. Проблема мисселинга в страховании и направления её решения / О.В. Барсукова, О.Г. Фокина // Страхование в информационном обществе – место, задачи, перспективы : Сборник трудов XX Международной научно-практической конференции. В 2-х томах, Владимир, 04–06 июня 2019 года / Ответственные редакторы П.Н. Захаров, Е.В. Злобин. Том 2. – Владимир: Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, 2019. – С. 188-195. – Текст: электронный // elibrary.ru [сайт]. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=39234420> (дата обращения: 05.11.2022).
4. Бураков Д.В. Финансы, деньги и кредит : учебник и практикум для вузов / Д.В. Бураков [и др.] ; под редакцией Д.В. Буракова. – 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2022. С. 160–161. (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-10230-7. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/490106/p.161> (дата обращения: 01.11.2022).
5. Виды недобросовестного поведения участников финансового рынка. – Текст: электронный // cbr.ru [сайт]. – URL: https://cbr.ru/protection_rights/np/ (дата обращения: 05.11.2022).

6. Донецкова О. Ю. Банкострахование : учебное пособие / О. Ю. Донецкова, Е. А. Помогаева. М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. 92 с. Библиогр.: 9–10. – Текст : непосредственный.
7. Михеева И.В., Долкова Е.А. Поведенческий надзор Банка России в сфере защиты прав потребителей финансовых услуг // Вестник РУДН. Серия: Юридические науки. 2020. №2. – Текст: электронный // [cyberleninka.ru](https://cyberleninka.ru/article/n/povedencheskiy-nadzor-banka-rossii-v-sfere-zaschity-prav-potrebiteley-finansovyh-uslug) [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/povedencheskiy-nadzor-banka-rossii-v-sfere-zaschity-prav-potrebiteley-finansovyh-uslug> (дата обращения: 14.11.2022).
8. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков №4, 2021. – Текст: электронный // cbr.ru [сайт]. – URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/40874/review_insure_21Q4.pdf (дата обращения: 01.11.2022).
9. Отчет о работе с обращениями. – Текст: электронный // cbr.ru [сайт]. – URL: http://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/39752/2021_4.pdf (дата обращения: 05.11.2022).
10. Поведенческий надзор. – Текст: электронный // cbr.ru [сайт]. – URL: https://cbr.ru/protection_rights/behavioral_surveillance/ (дата обращения: 14.11.2022).
11. Рынок банкострахования в 2020 году и прогноз на 2021-й. – Текст: электронный // raexpert.ru [сайт]. – URL: https://raexpert.ru/researches/insurance/bancassurance_2021/ (дата обращения: 05.11.2022).
12. Указание Банка России от 17.05.2022 N 6139-У «О минимальных (стандартных) требованиях к условиям и порядку осуществления добровольного страхования жизни и здоровья заемщика по договору потребительского кредита (займа), к объему и содержанию предоставляемой информации о договоре добровольного страхования жизни и здоровья заемщика по договору потребительского кредита (займа), а также о форме, способах и порядке предоставления указанной информации» (Зарегистрировано в Минюсте России 22.09.2022 N 70179) – Текст: электронный // cbr.ru [сайт]. – URL: <https://www.cbr.ru/Queries/UniDbQuery/File/90134/2650> (дата обращения: 14.11.2022).
13. Ricci O. The Development of Bancassurance in Europe, 2012 – Текст: электронный // link.springer.com [сайт]. – URL: <https://link.springer.com/book/10.1057/9780230358287> (дата обращения: 01.11.2022).

Об авторах:

ВАХРУШЕВ Дмитрий Станиславович – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры финансов и кредита, ФГБОУ ВО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова», Россия, г. Ярославль, 50003, Россия, Ярославская область, г. Ярославль, ул. Советская, д. 14, e-mail: vds204@mail.ru, ORCID: 0000-0003-1291-9682, Spin-код: 4342-0089.

СОКОЛОВА Дарья Владимировна – магистрант кафедры финансов и кредита, ФГБОУ ВО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова», Россия, Ярославль, 50003, Россия, Ярославская область, г. Ярославль, ул. Советская, д. 14, e-mail: darya.sokolova00@yandex.ru,

ORCID:0000-0002-8113-104X.

UNFAIR PRACTICES IN THE IMPLEMENTATION OF INSURANCE SERVICES BY BANKS AND WAYS TO COUNTERACT THEM

D.S. Vakhrushev, D.V. Sokolova

FSBOU VO “Yaroslavl State University named after P.G. Demidova”, Yaroslavl

The purpose of the article is to study the unfair practices of the implementation of insurance products by banks, to identify the causes of such behavior and to identify ways to solve this problem, including through behavioral supervision tools. The article examines the practices of unfair behavior of banks in the implementation of insurance products, which have become widespread during the development of bancassurance. The scientific novelty of the article is to identify the causes of improper behavior (the desire of banks to receive additional income in the form of commission against the background of volatility of interest rates in the markets; the dependence of insurance companies on banks due to the significant difference in the development of the insurance and banking sectors, etc.); substantiating the conclusion that from the point of view of institutional theory, unfair practices of implementation financial services are a form of opportunistic behavior; specification of ways to solve this problem, including through behavioral supervision by the Bank of Russia. It is noted that improper behavior of banks in the implementation of insurance products may ultimately lead to a decrease in the level of public confidence in the largest financial institutions, as a result of which the entire financial market will suffer. It is concluded that the best solution to the identified problem is self-regulation and changing priorities towards customer value, building long-term relationships with the client, as well as offering him the most diverse and profitable line of financial products.

Keywords: *unfair practices, improper behavior of banks, misseling, bancassurance, misconduct, behavioral supervision, customer value, insurance products.*

About the authors:

VAHRUSHEV Dmitrij Stanislavovich – Doctor of Economics, Professor, Professor, Department of Finance and Credit, FGBOU VO “Yaroslavl State University named after P.G. Demidov”, 150003 Russia, Yaroslavl Region, Yaroslavl, 14 Sovetskaja str., e-mail: vds@mail.ru, ORCIDID: 0000-0003-1291-9682, Spin-код: 4342-0089.

SOKOLOVA Darja Vladimirovna – undergraduate student of the Department of Finance and Credit, FGBOU VO “Yaroslavl State University named after P.G. Demidov”, 150003 Russia, Yaroslavl Region, Yaroslavl, 14 Sovetskaja str., e-mail:darya.sokolova00@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-8113-104X.