

Банки и страховщики готовы двигаться в сторону повышения прозрачности страховой услуги для потребителей, однако не готовы раскрывать на своих сайтах размер комиссионного вознаграждения, как это предлагает делать Минфин РФ, свидетельствуют результаты опроса, проведенного агентством «Прайм», среди представителей ведущих российских банков и страховщиков.

Дискуссия о возможных вариантах сотрудничества страховщиков и банков возникла после принятия Госдумой в январе 2012 году поправок в закон о страховом деле, которые фактически вычеркнули банки из числа агентов страховщиков. Позднее Минфин заявил о готовности смягчить свою позицию в отношении агентов – юридических лиц, в число которых входят и банки, но предложил обязать их раскрывать на своих сайтах информацию для клиентов, касающуюся размера комиссионного вознаграждения.

Позиция банков

Представители банковского сообщества называют инициативу Минфина спорной и неоднозначной.

«Имеющие место попытки законодателя и регуляторов навести порядок на российском рынке страховых посредников, привнести в него элементы прозрачности, добавить инструменты защиты прав конечного потребителя страховой услуги – страхователя вполне оправданы и во многом совпадают с теми инициативами, которые, так или иначе, реализуются на европейских рынках», – говорит начальник отдела банковского страхования Райффайзенбанка Роман Карандин.

Однако, по его словам, любая подобная инициатива не должна быть излишне радикальной и не может «убивать» уже сложившийся или только формирующийся рынок – именно такие признаки наблюдались у поправок к закону, прошедших первое чтение. «Законодатель должен создать условия для нормального, здорового

функционирования рынка – в данном случае мы, конечно, поддерживаем готовность Минфина оставить за банками возможность выступать агентами страховщиков. А инициативу по декларированию информации о комиссионном доходе находим достаточно неоднозначной, и прежде всего с точки зрения механизма контроля и последствий его внедрения», – отмечает представитель Райффайзенбанка.

«Сбербанк размещает на своем официальном сайте информацию о стоимости услуг страхования и в дальнейшем готов сообщать, что тариф включает стоимость услуг страховщика. Однако раскрытие информации о финансовой составляющей договорных отношений между двумя хозяйствующими субъектами, коими являются банк и его партнеры, считаем раскрытием коммерческой тайны», – говорит руководитель дирекции банковского страхования Сбербанка Александр Газизов.

«Можно провести некую параллель по продаже страховых продуктов в банке и продаже, к примеру, пакета молока в розничном магазине, ведь если вводить данную обязанность для банков, по этой же идеологии магазин при продаже пакета молока должен публично размещать информацию о стоимости этого пакета молока у поставщика, что является не совсем правильным», – рассуждает директор департамента розничных продуктов и технологий Промсвязьбанка Иван Пятков. По его мнению, основные претензии клиентов, а также контролирующих органов вызваны в первую очередь навязыванием услуги по страхованию, а не ее стоимостью, поэтому раскрытие информации о комиссионном вознаграждении на сайте не решит основную проблему.

Позиция страховщиков

Представители страховых компаний считают, что реализация инициативы Минфина на практике вызовет взрыв на российском страховом рынке и не пойдет на пользу ни клиентам страховщиков, ни посредникам, которые реализуют страховые полисы, ни самим страховщикам.

«Мы считаем, что данный шаг в настоящих условиях, без сомнения, всколыхнет страховой рынок, причем, скорее всего, в негативную сторону. У клиентов возникнет множество вопросов, в том числе к страховым компаниям, так как в структуре тарифной ставки заложена определенная величина расходов на ведение дела (РВД). В случае если существует агентский договор с посредником, часть РВД уходит на оплату услуг посредника, но это не означает, что конечный тариф для клиента, приобретающего

полис непосредственно в страховой компании, будет уменьшен именно на эту сумму», – говорит руководитель департамента по работе с финансовыми институтами компании «Росгосстрах» Сергей Васин. С другой стороны, по его словам, все страховые компании платят разное комиссионное вознаграждение различным посредникам, и раскрытие этих данных неизбежно вызовет «разбор полетов» между страховщиками и их партнерами, а также агентами.

«Для контролеров в лице налоговых органов и аудиторов размеры официальных комиссионных вознаграждений – какими бы они ни были – доступны и сегодня. Размер комиссии в структуре тарифной ставки раскрывается и в отчетности для органов страховнадзора», – констатирует заместитель председателя правления по финансам страховой компании «Эрго» Анна Ледовская.

В банке или в автосалоне страховка является «сопутствующим товаром». Потребитель выбирает место приобретения «товара», исходя из его качественно-стоимостных характеристик. Вряд ли человек изменит свое решение о месте приобретения «основного товара», если он будет не слишком вдохновлен характеристиками сопутствующего. Наверное, такое раскрытие станет лишь еще одним ритуалом, который породит спрос на услуги по поддержке и модификации сайтов, но мало повлияет на качество и стоимость страховых услуг, уверена представитель «Эрго».

«Инициатива не поможет сделать рынок более прозрачным, так как конечному потребителю страховой услуги важно соотношение цены и качества приобретаемой страховки, а это соотношение не напрямую зависит от комиссионного вознаграждения. Мелкий неэффективный брокер может получать от страховщика меньше комиссионного вознаграждения, но при этом продавать продукт дороже, чем крупный брокер с высоким КВ. Вероятно, эта мера будет выгодна мелким посредникам, но не конечному клиенту и страховщику», – резюмирует исполнительный директор департамента по работе с финансовыми институтами ОАО «АльфаСтрахование» Станислав Чернятович.

Источник: [РИА «Новости»](#) , 11.03.12