

ИНТЕГРАЦИЯ НА БАНКИ И ЗАСТРАХОВАТЕЛНИ КОМПАНИИ - ЗЕЛЕНИ ИПОТЕКИ

Грета Овчарова,

докторант към катедра “Икономика”

на Варненски свободен университет “Черноризец Храбър”,

e-mail: greta.ovcharova@abv.bg

Резюме: *Застрахователните компании постепенно навлизат в банковия бизнес, което довежда до нов вид застраховане – банково. Основните дейности от интеграцията на двата вида финансови посредници са свързани с управление на активи на застрахователни дружества от страна на банки, кръстосани продажби на застрахователни и банкови продукти, осъществяване на съвместни дейности в маркетинга на продуктите и услугите и др. Интеграцията между застрахователно дружество и банка е успешна като позволява използване на общи канали за достигане до клиенти, повишаване на конкурентоспособността, намаляване на разходите за дистрибуция и предлагане на иновативни продукти. Стимул за развитие на интеграцията са и перспективите в развитието на застрахователния пазар, либерализацията на вътрешния банков сектор, както и възможността за използване на данъчни облекчения. Предимство на кредитния пазар за потребителите са зелените ипотeki със застраховка. Чрез тях клиентите получават пълна защита със застрахователно покритие и изгодни условия по кредитиране.*

Ключови думи: *застраховка, банка, интеграция, ефективност, предимства, печалба, зелена ипотека*

INTEGRATION OF BANKS AND INSURANCE COMPANIES – GREEN MORTGAGE

Greta Ovcharova,

*PhD student, department of Economics,
Varna Free University „Chernorizets Hrabar“,
e-mail: greta.ovcharova@abv.bg*

Abstract: *Insurance companies are gradually entering the banking business, which leads to a new type of insurance - banking. The main activities of integrating the two types of financial intermediaries are related to the management of assets of insurance companies by banks, cross-selling of insurance and banking products, joint activities in the marketing of products and services and others. The integration between an insurance company and a bank is successful, allowing the use of common channels to reach customers, increase competitiveness, reduce distribution costs and offer innovative products. The prospects for the development of the integration are the perspectives on the growth of the insurance market, the liberalization of the domestic banking sector, and the possibility to use tax reliefs. An advantage of the credit market for consumers are green mortgages with insurance. Through them, customers receive full protection with insurance coverage and favorable credit terms.*

Keywords: *insurance, bank, integration, efficiency, benefits, profit, green mortgage*

I. ВЪВЕДЕНИЕ

Застрахователният пазар, не само в България, но и в световен мащаб, все повече насочва дейностите си, както към операциона, така и към стратегическа интеграция. В силно конкурентен пазар, застрахователите търсят възможности за повишаване качеството на предлаганите услуги и тяхното разширяване, за да създадат повече добавена стойност и да привлекат повече клиенти (Драганов 2008: 84). Предпоставките за интеграция позволяват разширяване обхвата на предлаганите застрахователни услуги, породени от промените в социално-икономически и научно-технически аспект. Банките и застрахователните дружества са финансовите посредници, като осъществяваната от тях дейност е ключов фактор за икономическо развитие, а интеграцията между тях способства за подобряване на предлаганите продукти и услуги, които чрез клоновите мрежи по-ефективно да достигнат до крайните потребители (Божинов 2004: 2).

Една от основните причини за обединяване между застрахователни дружества и банки е предоставянето на финансови услуги и по-лесно достигане до потенциалните клиенти, чрез множеството застрахователни и банкови клонове. Интеграцията между банки и застрахователни компании позволява ефективно осъществяване на застрахователен маркетинг. Маркетинговият мениджмънт в застрахователните компании има за цел осъществяване на целенасочено въздействие върху застрахователния пазар за постигане целите на развитие на компанията, привличане и задържане на клиенти. Като процес застрахователният маркетинг включва „проучване на застрахователните потребности на пазара, планиране, ценообразуване, промоция и пласмент на застрахователни продукти, насочени към удовлетворяване на застрахователните потребности на потребителите“ (Драганов & Близнаков 2000: 150). Интеграцията на застрахователното

дружество с банки позволява осъществяване на пласмент на застрахователния продукт, чрез използване както на традиционен, така и на дигитален маркетинг.

Може да се твърди също, че нашето съвремие е ера на обединяването, сливанията, поглъщанията, консолидациите между компании и банки, което се наблюдава не само на вътрешно-национално ниво, но и на международно (Иванова 2012:5). Осъществяват се интеграции и обединения както в отделен сегмент – например между фирми, банки, така и функционална вътрешна интеграция между различни финансови институции – банки, застрахователни компании, лизингови дружества, пенсионни фондове, в резултат на което се образуват големи финансови структури (конгломерати), наричани често транснационални банки (Иванова 2022:8).

Развитието на технологиите през последните години е предпоставка за все по-активно осъществяване на маркетинговите дейности в интернет среда. Застраховките на сгради, лично имущество, автомобилните застраховки и др. са лесноразбираеми от потребителите, поради което има широка приложимост рекламирането им в онлайн среда, в частност с използването на уебсайтовете както на застрахователното дружество, така и на банката посредник (Мишева 2001:159).

Дигитализацията на бизнеса и в частност на банковия/застрахователния, води и до по-висока осведоменост на банковите клиенти. По-доброто осведомяване на потребителите на банкови услуги за цената на кредитите и рисковите е гаранция както за постигане на равнопоставеност в процеса на договаряне между двете страни, така и запазване стабилността на една банкова система (Иванова 2018:11).

II. СЪЩНОСТ И СПЕЦИФИКА НА ИНТЕГРАЦИЯТА МЕЖДУ БАНКИ И ЗАСТРАХОВАТЕЛНИ КОМПАНИИ

Банките осъществяват дейността си в силно конкурентна среда, което поражда необходимост от търсене на нови източници с които да подобрят доходността, като в същото време не повишават ликвидността си. В осъществяване на дейността си, банките са изложени на редица рискове, а от своя страна застрахователните компании са в състояние по нискорисков начин да управляват значителните по обем средства, които притежават. Това предразполага за изграждане на интеграционна връзка между двата вида финансови посредници, чрез която банките да „управляват натрупаните средства в застрахователните фондове, гарантирайки им висока доходност, а застрахователните компании от своя страна – лимитират рисковете на които са изложени банките“ (Божинов 2004:3). В посочената интеграция, банките изпълняват функциите на посредник на застрахователните компании, като от една страна увеличават своите постъпления, а от друга страна разширяват предлаганите услуги.

Възможността за интеграция се обуславя от взаимното допълване на двата вида услуги – банкови и застрахователни, което довежда до намаляване на разходите за осъществяване и предлагане на услугите и разширяване на техния обхват. Стимул за развитие на интеграцията са и перспективите в развитието на застрахователния пазар, либерализацията на вътрешния банков сектор, както и възможността за използване на данъчни облекчения. Съвременното развитие на икономиката активно насърчава банковата дейност за постигане на цялостен икономически растеж на страната. Отпусканите кредити са предназначени основно за развитие на осъществяваната дейност от фирмите, за иновативни дейности, за въвеждане на автоматизация и дигитализация в дейностите и процесите, за закупуване

на оборудване и др. (Сарийски & Рангелова 2013:278). Развитието на икономиката в страната през последните години, довежда до увеличаване на инвестициите и търсене на финансиране на фирмите, основно чрез банково кредитиране (Кънева 2019:92).

Нивата на потребителския дълг и тенденциите в несъстоятелността на предприятията показват, че потребителите стават все по-ангажирани и прекалено зависими от кредити – тенденция валидна, както за домакинствата, така и за фирмите. Проучвания показват, че свръхзадлъжнялостта на потребителите продължава да нараства с тревожни темпове. Насърчава се феноменът на повишена свръхзадлъжнялост на потребителите, чрез предоставяне на атрактивни и иновативни кредитни продукти и подобрени банкови услуги, които предлагат различни пакети за използване на дългови инструменти без надлежно отчитане на последиците от това. Интернет банкирането и улеснения достъп до кредитиране, позволяват лесно получаване на заеми, без реална проверка за кредитната възможност на клиентите (Brown, et. al 2004). Влияние върху нивата на отпусканите банкови кредити има и провежданата политика на Централната банка. Използваните немонетарни инструменти по време на кризи (като Глобалната финансова криза от 2008 г. или пандемията, причинена от Covid-19), довеждат до близка до нулата и отрицателната лихва, чрез което се насърчава допълнително кредитирането и отпускането на заеми на физически и юридически лица. В същото време основната цел на БНБ е поддържането на ценова стабилност. В Закона за БНБ е изрично посочено, че „основна цел на Българската народна банка е да поддържа ценовата стабилност чрез осигуряване стабилността на националната парична единица и провеждане на парична политика в съответствие с изискванията закона“ (Закон за Българската народна банка).

Влиянието на неконвенционалните монетарни инструменти, приложени от централните банки върху икономиката, следва да бъде разглеждано в два аспекта по отношение на разпределението на банковите кредити между физически и юридически лица и ограниченията върху фирмите по отношение на намиране на външни източници на капитал (Eggertsson, et. al. 2019). Неконвенционалният монетарен инструмент с близка до нулата и отрицателната лихва, довежда до по-малко кредитиране и поемане на по-голям риск от банките, имащи голям размер на депозитните средства. В основата на механизмът е нулевата долна граница на лихвените проценти по депозитите и по-ниската гъвкавост на разходите за финансиране по отношение на лихвения процент за банка, която разчита по-скоро на депозити, отколкото относно финансирането икономическите агенти. Преобладаващата дейност на банките от страна на активите е кредитиране, както на физически, така и на юридически лица. Поради това зависимите от депозитите банки започват да кредитират по-рискови фирми, след въвеждането на отрицателни лихвени проценти на паричната политика, но не и при понижаване на лихвените проценти (Heider, et. al. 2021:20). Това се дължи на факта, че лихвите по депозитите на домакинствата са изправени пред по-трудна нулева долна граница, отколкото тези по депозитите на нефинансови предприятия. Всъщност банките, които са зависими от депозити, са тези, финансирани от депозитите на домакинствата, а не от депозити на компании, като именно тези банки са по-склонни да дават заеми на по-рискови фирми, след въвеждане на нулеви и отрицателни лихви. Зависимостта на банките от финансиране на депозити не е свързана с растежа на депозитите след въвеждане на отрицателни лихвени проценти на паричната политика. Следователно решенията за банково кредитиране в

дългосрочен план трябва да бъдат взети поради последващото изменение на разходите за финансиране, но не и поради промени в ливъриджа на банките.

Банките с високи нива на депозити намаляват общото си кредитиране, поради въвеждането на отрицателна парична политика на централната банка. Това предполага, че банките с високи депозити поемат риск, като концентрират заемите си в рисковни фирми и физически лица. Подобен факт е наблюдаван при банките в Швейцария (Heider, et. al. 2021:20). След като лихвеният процент на банките в Швейцария става отрицателен, зависимите от депозитите банки изпитват по-нисък ръст на кредитите, защото не всички намаляват лихвените проценти по кредитите, за да запазят лихвения си марж.

Същият факт е констатиран и при банките в Испания, които в отговор на използвания немонетарен инструмент от Европейската централна банка, намаляват предоставяните кредити, като тези които предоставят са основно на високорискови клиенти. Една от възможностите за банките да поемат риск е да намалят кредитната експозиция към сигурни клиенти и да го увеличат до рискови клиенти. Намаляването на кредитната експозиция към сигурни клиенти трябва да се предприеме с интензивен марж. Увеличението на кредитирането на рискови фирми може да настъпи както при интензивен, така и при голям марж. Банката може да увеличи обема на заема до съществуващ рисков кредитополучател или да установи нови кредитни отношения с рискови фирми. В Германия реалните последици са поемането на висок риск при кредитиране от банките с високи депозити, в отговор на решението на Европейската централна банка да намали лихвения процент по депозитните кредити до отрицателен. В същото време тъй като банките с високи депозити установяват нови отношения с рискови фирми, се наблюдават открити реални ефекти за тези фирми, поради предоставянето им на ликвидни средства, необходими за развитие на дейността. Развитието на рисковите за

кредитиране фирми осигурява разкриването на нови работни места с което се развива икономиката. По-рисковите фирми са склонни да инвестират повече, което довежда до цялостен ръст на икономиката.

Основна форма за посредничество между застрахователно дружество и банка е финансовия конгломерат, при който се наблюдава обединяване на предприятия работещи в различни отрасли (Драганов 2013:89). Интеграцията между застрахователни компании и банки е успешна във всички застрахователни услуги, като първоначално се предлага като задължително изискване за застраховка „Живот от кредитополучателите“, което е и най-развитата към момента взаимна услуга. Кредитното посредничество е основна банкова операция, чрез която се „мобилизират временно свободни парични капитали в обществото и тяхното използване чрез предоставяне на кредити“ (Стефанова 2000:168). В кредитното посредничество се включват както пасивни банкови операции, свързани с набавяне на паричен капитал под формата на депозити и получаване на кредити от централната банка, така и активни банкови операции за отпускане на банкови кредити, чрез директното им предоставяне на банкови клиенти или чрез кредитиране на трети лица и даване на гаранции пред банки.

На база изведената теоретична рамка може да се достигне до същността на банковото застраховане, а именно:

- Част от общото застраховане;
- Имащо за цел да защити интересите, както на кредитните институции; така и на кредитополучателите;
- Осъществява се на застрахователния пазар;
- За осъществяването му се използва посредник – банка;
- Участници в кредитното застраховане са застраховател, банка и кредитополучател;

III. ЗЕЛЕНА ИПОТЕКА

Пазарът на жилища в България и Зелените ипотeki спомогнат за прехода към устойчиво строителство и зелена икономика. При зелена ипотека банка или ипотечен кредитор предлага преференциални условия на купувача на къща, ако те могат да докажат, че имотът, който желаят да купят, отговаря на определени екологични стандарти. Това може да е жилище от ново строителство с признат зелен сертификат или жилище, където кредитополучателят се ангажира да инвестира в обновяване на съществуваща сграда, за да подобри определени екологични показатели. Като стимул за кредитополучателя банката предлага или по-нисък лихвен процент, или увеличена сума на кредита. Определението за "зелено" е приведено в съответствие с основния бизнес казус за заемодателите да предлагат зелени ипотeki. Има все повече доказателства, че зелените сгради (и техните обитатели) представляват инвестиция с по-нисък риск за банките по следните причини: В дългосрочен план зелените сгради ще струват по-малко поради намалените сметки за комунални услуги, което означава, че кредитополучателят е в по-добро финансово състояние, за да може да изплати заема си, като по този начин намалява това, което банките наричат „вероятност за неизпълнение“ ([.https://gradat.bg/](https://gradat.bg/)).

Чрез зелен кредит на пазара може да се финансира:

- покупка на електрически или хибриден автомобил;
- производство на зелена енергия чрез биомаса, слънчеви панели или други възобновяеми източници;
- покупка на ново, енергоспестяващо оборудване;
- обновяване на неефективни машини и съоръжения с такива, които подпомагат опазването на околната среда;
- всякакви други проекти, свързани с поддържане или подобряване на околната среда;

За да се потвърди класа на енергийна ефективност на жилището, е необходимо да се предостави копие на Сертификата за енергийна ефективност. Сертификатът може да бъде предоставен от строителя на сградата или общината по местонахождение на сградата. Информацията за енергийна ефективност на сградата присъства и в техническия ѝ паспорт.

IV. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Застрахователните компании постепенно навлизат в банковия бизнес, което довежда до нов вид застраховане – банково застароховане. Основните дейности от интеграцията на двата вида финансови посредници са свързани с управление на активи на застрахователни дружества от страна на банки, кръстосани продажби на застрахователни и банкови продукти, осъществяване на съвместни дейности в маркетинга на продуктите и услугите. Интеграцията между застрахователно дружество и банка е успешна като позволява използване на общи канали за достигане до клиенти, повишаване на конкурентоспособността, намаляване на разходите за дистрибуция и предлагане на иновативни продукти. Утвърденият имидж на банките им позволява лесно предлагане на застрахователни продукти, като част от продуктовото си портфолио. От своя страна застрахователните брокери имат непосредствен контакт с клиентите си, което им позволява рекламиране на банкови продукти. Поради факта, че банките използват застрахователни продукти за да ограничат риска от невъзможност за събиране на отпуснатите кредити, то се очаква пазарът на банково застраховане да продължи да се развива.

Зелените ипотeki имат потенциала да революционизират енергийната ефективност в домовете. Зелената ипотека предлага начин за отключване на допълнително финансиране за обновяване от частния сектор чрез включване

на изцяло нова група заинтересовани страни в кампанията за зелени сгради - ипотечни банки.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Божинов, Б., Възможности за интеграция и съвместна дистрибуция на застрахователни и банкови продукти в България. // Tsenov Academy of Economics - Finance and Credit Dept.// 2004,[онлайн]
2. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2789676
3. Драганов, Т.. Тенденции за развитие на застрахователния пазар. //Икономически алтернативи//, 2013, бр. 2, с. 81-95.
4. 3 Драганов, Х.. Застраховане. София, Тракия-М, 2008, с.84.
5. Драганов, Х. Близнаков, Й.. Застраховане – теория и организация. София, Тракия-М, 2000, с. 150.
6. Иванова, В., Сливания и поглъщания в международния бизнес, Издателство на ВСУ „Черноризец Храбър“, 2012, с.5
7. Иванова, В., Процесът на сливания и поглъщания в международния банков бизнес, Издателство на ВСУ „Черноризец Храбър“, 2022, с. 8
8. Иванова, В., Преструктуриране и консолидация на банките в България – втора част, e-Journal VFU, брой 11, 2018, с.11
9. Кънева, А.. Анализ на брутните кредити и аванси на банките в България и Европейския съюз. //Икономическа мисъл//,2019, Бр. 2, с. 90-104.
10. Мишева, И.. Застрахователен маркетинг. София, Тракия-М, 2001, с. 159.
11. Сарийски, Г. Рангелова, Р.. Развитие на банковата дейност като фактор за растеж. София, GorexPress, С.,2013, 278.
12. Стефанова, П.. Банки и кредитно посредничество. София, Тракия-М,2000, с. 5.

13. Brown, S. Garino, G. Taylor, K. Price, S.. Debt and Financial Expectations: An individual and Household Level Analysis, 2004.
14. // [https://www.researchgate.net/publication/27247179_Debt_and_Financial_Expectations_An_individual_and_Household_Level_Analysis] [онлайн]
15. 13. Eggertsson, G. Juelsrud, R. Summers, L. Wold, E. (2019). Negative nominal interest rates and the bank lending channel. // NBER working paper series// [онлайн]
https://www.nber.org/system/files/working_papers/w25416/w25416.pdf
16. 14. Heider, F. Saidi, F. Schepens, G.. Banks and negative interest rates. //European Central bank// , 2021, p. 20 [онлайн]
17. <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecb.wp2549~bc0dc3b89f.en.pdf>
18. 15. <https://gradat.bg/content/green-pages-standarti-za-ustoychivo-stroitelstvo-na-zhilishcha-za-po-kachestven-produkt-i-po>