

Мясищева Елизавета Романовна

*Научный руководитель: Кабанова Наталья Алексеевна, к.э.н.,
Финансовый Университет при Правительстве РФ, Факультет
анализа рисков и экономической безопасности имени профессора
В.К. Сенчагова, email: elizabeth-myasisheva@rambler.ru,
nkabanova@bk.ru*

**ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ КЛИЕНТОВ
ПО ВОПРОСАМ ПОД/ФТ В СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

Myasishcheva Elizaveta Romanovna

*Scientific adviser: Candidate of Economic Sciences, Natalia A. Kabanova
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Faculty Risk Analysis and Economic Security named Prof. V.K.
Senchagova, Financial University, email: elizabeth-
myasisheva@rambler.ru, nkabanova@bk.ru*

**PROBLEMS OF IDENTIFICATION OF CLIENTS ON AML / CFT
MATTERS IN INSURANCE COMPANIES**

*Аннотация: в преддверье грядущего 4 раунда проверки России
международной организацией ФАТФ, интерес к вопросам*

обеспечения ПОД/ФТ в стране возрос. Одним из субъектов Федерального закона №115 является страховая организация. Согласно требованиям к правилам внутреннего контроля из положения 445-П Банка России, страховая компания должна организовывать должную идентификацию клиента, в том числе его бенефициарного владельца. Однако на данном этапе существует ряд сложностей у страховщиков, связанных со спецификой их деятельности и предоставляемых продуктов. В статье рассмотрены самые актуальные на данный момент проблемы, связанные с идентификацией клиентов страховых организаций.

Ключевые слова: ПОД/ФТ; внутренний контроль, идентификация клиентов.

Abstract: In case of the forthcoming 4th round of Russia's verification by the FATF, AML / CFT issues in the country become more popular. One of the subjects of AML in Russia is insurance organizations. According to the requirements of the internal control rules from the Regulation 445-P of the Bank of Russia, the insurance companies must organize proper identification of the client, including its beneficial owner. However, at this stage, there are a number of difficulties for insurers related to the specifics of their activities and products. The article deals with the most topical at the moment problems associated with the identification of customers of insurance organizations.

Key words: AML/CFT; the internal control; identification of the client.

Современные страховые компании, в виду изменяющихся условий и глобальной цифровизации, сталкиваются с рядом проблем, связанными со специфическими особенностями реализации норм по идентификации клиента (как основного этапа осуществления внутреннего контроля).

Во-первых, страховые организации работают со страховыми агентами, лицами, которые от лица компании могут осуществлять продажу полисов, но при этом не являющиеся субъектами системы ПОД/ФТ. С момента перехода ССД под надзор Банку России, страховые организации сокращают количество страховых агентов, объективно теряя часть рынка и неся определённые расходы на разработку и внедрение новых форм взаимодействия с клиентами, а также на реструктуризацию модели бизнеса. При этом все же остаются регионы, в которых полный отказ от страховых агентов

невозможен в виду специфики местности и/или особенностей клиентов. Зачастую в таких регионах существенно хуже работает сотовая связь и есть проблемы с доступом в Интернет. Таким образом возникает проблема с проведением первичной идентификации клиентов и подтверждении их личности (или бенефициарного владельца).

Второй проблемой являются оформление страховых полисов контрагентами. Это распространенный случай для таких крупных корпораций, которые представляют собой финансовые группы. Например, при получении банковской услуги - ипотеки, зачастую предлагаются услуги по страхованию жизни. В первую очередь это связано с тем, что банки в таком случае имеют гарантии компенсации части средств по кредиту в рамках страховых выплат. Однако в таком случае возникает конфликтная ситуация между участниками группы, так как, согласно законодательству, каждый из участников данных взаимоотношений (банк и страховая организация в нашем случае) обязан проводить свою независимую идентификацию клиентов. Компаниям в таком случае приходится либо наращивать свои человеческие ресурсы и рядом с каждым специалистом по оформлению кредитов в банках подсаживать специалиста из страховой компании, либо оформлять таких сотрудников по совместительству в двух организациях. В любом случае, усложнение организационной структуры повышает уровень внутренних рисков компаний и снижает уровень её экономической безопасности.

Интеграция Интернет-технологий в привычный образ жизни человека, неизбежно увеличивает темпы развития интернет-торговли. И если 10 лет назад инновационным считались продажи товаров через всемирную паутину, 5 лет назад интернет банкинг был инновацией, то сейчас люди уже настолько привыкли получать услуги быстро и без личного контакта, что появление интернет страхования уже не воспринимается как новшество, скорее считается должным и естественным. С 2017 года страховые компании были, с одной стороны, обязаны, с другой стороны, получили возможность продажи полисов ОСАГО через интернет с применением упрощенной идентификации клиентов. Безусловно этот шаг рано или поздно должен был произойти в России. Однако проблемой интернет страхования опять же стала первичная идентификация. Её упрощенная форма не дает полной уверенности страховой компании в добросовестности и честности деятельности клиентов. И пока эта

услуга распространена только на обязательное автострахование, вопрос о предоставлении услуг интернет страхования жизни (наиболее сложной и важной формы страхования для сферы ПОД/ФТ) уже встает не существенно (будет или нет?), а во временном контексте (как скоро?).

Таким образом, существующие проблемы идентификации являются существенными для страховых компаний, а вопросы, связанные с их регулированием, остаются открытыми, ведь у мегарегулятора пока ответов нет. Авторы предлагают специалистам Банка России подойти к вопросам идентификации некредитными финансовыми организациями (к которым относятся страховые компании) своих клиентов индивидуально по каждому субъекту. Так для страховых компаний предлагается разработка на основе практик релевантных для России схем легализации типичного образа «мошенника», который может обратиться именно в страховую компанию. Данный инструмент поможет страховщикам не только усовершенствовать процесс идентификации, но унифицировать порядок присвоения уровня риска клиентам.

Литература

1. Федеральный закон от 07.08.2001 № 115-ФЗ "О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма"// Российская газета.

2. Федеральный закон от 10.07.2002 №86-ФЗ "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)" // Российская газета.

3. Закон РФ от 27.11.1992 N 4015-1 (ред. от 31.12.2017) "Об организации страхового дела в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.01.2018) // Российская газета.

4. Федеральный закон от 25.04.2002 № 40-ФЗ "Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств"

5. Положение ЦБ №445-П О требованиях к правилам внутреннего контроля некредитных финансовых организаций в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма от 15.12.2014

6. Положение ЦБ №444-П Об идентификации некредитными финансовыми организациями клиентов, представителей клиента, выгодоприобретателей, бенефициарных владельцев в целях

противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных
преступным путем, и финансированию терроризма от 12.12.2014