

МЕЖДУНАРОДНАЯ АССОЦИАЦИЯ СТРАХОВЫХ НАДЗОРОВ (МАСН)



Принципы проведения страхования

Декабрь 1999 года

Переведено Федеральной службой страхового надзора Российской Федерации

Содержание

I. Определения	3
II. Введение	4
III. Принципы проведения страхования	5
Принцип 1: Целостность	5
Принцип 2: Умение, тщательность и старательность.	6
Принцип 3: Благоразумие	6
Принцип 4: Раскрытие информации для потребителей	7
Принцип 5: Информация о потребителях	7
Принцип 6: Конфликт интересов	8
Принцип 7: Отношения с органами регулирования	8
Принцип 8: Претензии	8
Принцип 9: Управление и контроль	8
IV. Общие положения	9

I. Определения:

В данном документе:

Страховщик/Страховая компания - относится к имеющему лицензию юридическому лицу, которое осуществляет заключение страховых договоров.

Ведомство страхового надзора относится, в зависимости от контекста, или к ведомству, осуществляющему страховое регулирование, или к ведомству страхового надзора в данной юрисдикции.

Юрисдикция относится к стране, штату, провинции или иной территории, где осуществляется юридически обоснованное применение местного страхового законодательства, которое имеет отношение к учреждению или операциям страховщиков и/или посредников.

Посредник относится к любому лицу или к организации, которые предоставляют консультации относительно страховых продуктов путем прямого предложения рекламы или на основе личных контактов с клиентом, включая продвижение таких продуктов на рынок и содействие заключению соглашения или договора между страховщиком и потребителем. Обычно посредников разделяют на отдельные группы. Самыми часто встречающимися группами являются "независимые посредники", представляющие покупателя в сделках со страховщиком (также известны как независимые брокеры), и "агенты" (которые обычно включают агентов, работающих на несколько компаний одновременно и суб-агентов), которые представляют страховщика;

Поставщик услуг относится к страховщику и/или посреднику, в зависимости от контекста, в котором этот термин используется.

Потребитель подразумевает держателя полиса (страхователя) и потенциального страхователя.

II. Введение

1. Главная задача всех ведомств страхового надзора состоит в установлении режима, обеспечивающего высокие стандарты финансовой устойчивости и ведения дел всеми страховщиками, за которыми они осуществляют надзор. Основные цели таких мер состоят в предоставлении высокой степени безопасности для владельцев полисов и поддержке доверия к отрасли.

2. У большого числа участников рынка имеются трудности с пониманием и оценкой страховых продуктов. Они принимают форму контрактных обязательств со стороны страховщика выплатить определенную сумму компенсации (возмещение) для покрытия определенных событий или рисков в обмен на определенные обязательства со стороны страхователя. Как следствие, для потребителей важно иметь соответствующую, предметную и понятную информацию, и, насколько это возможно, в письменном виде. Письменную информацию может дополнять устная информация. Соответственно, лица, предоставляющие устную информацию, чтобы давать консультации, должны обладать необходимыми знаниями.

3. Поэтому должны существовать условия, позволяющие потенциальным страхователям до заключения договора страхования иметь доступ ко всей информации, имеющей существенное значение, получить правильный и понятный совет, касающийся оценки их страховых требований; быть проинформированными об их правах и обязательствах в течение срока действия договора; быть уверенными в том, что они получают правильную и своевременную компенсацию в случае законного иска, а в случае сомнений, обладать возможностью получить дополнительный совет от нейтрального органа. Владельцы полисов имеют право иметь дело с честными, заслуживающими доверия и знающими страховщиками и посредниками.

4. У страховщиков и посредников имеется большее знание страховых вопросов, чем у большинства владельцев полисов. Потребители зачастую не в состоянии выделить договоры, которые изначально защищают только интересы страховщика, которые могут быть необоснованно интерпретированы в пользу страховщика, или которые просто не отвечают их нуждам. Методы маркетинга могут оказать давление на потенциальных страхователей. Может быть и другая, направленная против потребителя практика, что лишний раз доказывает необходимость в принципах здорового рыночного поведения. Именно по этим причинам такие принципы ведения бизнеса, одобренные органами государственного регулирования, должны быть в наличии.

5. *Принципы* проведения страхования, как можно ожидать, улучшат отношения между страховщиком, посредником и потребителем и, тем самым, укрепят доверие потребителя и его защиту. Из общих *принципов* должны непосредственно вытекать базовые стандарты делового поведения, где бы страхование ни осуществлялось. Это должно облегчить трансграничный бизнес, способствовать конкуренции и защитить целостность рынка. В рамках *принципов* создаются рекомендации в отношении того, какова законная и допустимая деловая практика. Таким образом, будет установлена основа для тестирования типов поведения, что может иметь

результатом проведение соответствующих мероприятий (где возможно), и представление рекомендации по установлению местных правил, так что те, на кого неблагоприятным образом повлияли злоупотребления на рынке, будут иметь возможность добиваться соответствующей компенсации.

6. Задача национальных регулирующих органов упрощается, если будут согласованы международные принципы. Это предполагает, что каждая юрисдикция должна принять решение о нормативной силе данных принципов, их претворении в жизнь и установления ответственности за несоблюдение. Четкие обязанности должны быть установлены в отношении мониторинга, правоприменения и, при необходимости, по назначению санкций. Данные принципы можно было бы развивать дальше путем установления стандартов, которые затем могли бы быть адаптированы национальными регулирующими органами, чтобы они соответствовали их местной обстановке. Данные стандарты станут темой отдельных документов.

7. Существует намерение применять эти *принципы* к страховщикам и посредникам во всех аспектах страхования. Рассматриваемые вопросы описываются с учетом того, что эти *принципы* применяются на розничном страховом рынке. Данный подход не имеет в виду препятствовать применению этих *принципов* на массовых рынках и рынках перестрахования, а также в отношении страхования сотрудников предприятий.

8. Данные *принципы* ведения страхового бизнеса применимы для ведения дел как страховщиками, так и посредниками, независимо от того, являются ли они физическими или юридическими лицами. Конкретные *принципы* могут оказаться применимы только к одному или к кому-то из них. Однако приверженность этим принципам со стороны страховщиков и/или посредников не означает, что потребители не должны проявлять наивысшую степень осторожности при оценке рисков и пригодности страхового продукта для своих нужд.

III. Принципы проведения страхования

9. Страховой надзор должен обеспечить применение следующих *принципов* наилучшим образом в интересах потребителей и ради целостности рынка.

Принцип 1: Целостность

Страховщики и посредники должны всегда действовать честно и прямо.

10. Поставщики услуг должны принять обязательство избегать вводящих в заблуждение описательных действий или презентаций. Поставщики услуг не должны стремиться исключать какую-либо предусмотренную законом обязанность или ограничивать ответственность перед покупателем, которыми он обладает в соответствии с законодательными рамками и/или принятой практикой. Не следует также стараться необоснованно ссылаться на какую-либо норму, стремясь исключить или ограничить какую-либо такую обязанность или ответственность.

Принцип 2: Умение, тщательность и старательность

При осуществлении своего бизнеса страховщики и посредники должны действовать с подобающим умением, внимательностью и прилежанием.

11. Поставщик услуг обязан действовать компетентно и аккуратно в отношении всех транзакций между ним и потребителем. При необходимости следует провести оценку индивидуальных требований потребителя для определения того, какое страховое покрытие необходимо. Концепция "внимательности, или заботливости" предполагает, что страховщики и посредники должны таким образом исполнять эти обязанности, как это можно было бы ожидать от благоразумного лица в аналогичном положении и при схожих обстоятельствах. Она также включает организацию адекватной защиты активов потребителя, когда за них отвечают в контексте существа используемой правовой формы деятельности поставщика услуг и того бизнеса, который он осуществляет.

Принцип 3: Благоразумие

Страховщики и посредники должны осуществлять свой бизнес и организовывать свои дела благоразумно.

12. Это включает в себя:

- поддержание адекватных финансовых ресурсов, в том числе адекватной ликвидности, а также
- поддержание эффективных систем управления рисками.

13. Благоразумие требует от страховщика не принимать риски без подобающего учета возможных последствий. "Адекватность" финансов предполагает учет необходимой маржи при неожиданных поворотах событий. Также следует принимать во внимание возможное воздействие нерегулируемой деятельности страховщика на его деятельность, регулирование которой проводится.

Принцип 4: Раскрытие информации для потребителей

Страховщики и посредники должны подобающим образом относиться к информационным нуждам своих потребителей и обращаться с ними справедливо.

14. Сюда входит передача:

- соответствующей и значимой всеобъемлющей информации своевременно и таким образом, чтобы позволить потребителям принять сбалансированное, основанное на информации решение;
- правдивого и продуманного сообщения о выгодах и каких-либо рисках для потребителя;
- ясных и понятных сообщений об обязательствах как поставщика услуг, так и потребителя.

15. Поставщики услуг должны позаботиться о том, чтобы информация была точной по всем существенным позициям, не вводящей в заблуждение, легко понятной и имеющейся в письменном виде или на соответствующих электронных носителях.

16. Для потребителя следует предоставить информацию:

- о посреднике (там, где он есть) и особенно о его статусе, то есть, является ли посредник независимым или связанным, к примеру, действует ли посредник в интересах потребителя или страховщика;
- о страховщике;
- о продукте, то есть о цене, покрытии, условиях, целях продукта, факторах риска, гарантиях, специальных исключениях и т.д.;
- о сборах и ожидаемых возвратах средств (там, где это применимо), а также
- о рассмотрении претензий и других условиях договора.

17. Частота, с которой информация должна раскрываться, будет зависеть от договорных условий.

Принцип 5: Информация о потребителях

Страховщики и посредники должны стараться получить от своих потребителей информацию, которую можно обоснованно ожидать перед тем, как предоставить консультацию или заключить договор.

18. Отношения между поставщиком услуг и потребителем должны быть близки к доверительным. Для того чтобы построить взаимоотношения, поставщик услуг должен получить достаточно информации о потребителе, чтобы оценить его потребности в страховании. Та информация, которую потребитель считает конфиденциальной, должна таковой и трактоваться. Потребители должны быть проинформированы о своей обязанности раскрывать соответствующую информацию.

Принцип 6: Конфликт интересов

Страховщики и посредники должны избегать конфликта интересов.

19. Поставщик услуг должен избегать конфликта интересов. Однако если конфликты возникают, поставщик услуг должен обеспечить справедливый режим для всех своих потребителей за счет раскрытия внутренних правил по конфиденциальности, отказа действовать, или иным образом. Поставщик услуг не должен несправедливо ставить свои интересы выше интересов потребителей, и если подобающим образом проинформированный потребитель будет обоснованно ожидать, что поставщик услуг поставит интересы потребителей выше своих собственных, поставщик услуг должен действовать согласно таким ожиданиям.

Принцип 7: Отношения с органами регулирования

Страховщики и посредники должны вести дела со своими органами регулирования открыто и путем сотрудничества.

20. Поставщики услуг должны вести дела со своими органами регулирования/надзора открыто и путем сотрудничества, и своевременно информировать органы регулирования/надзора о существенных фактах/событиях.

21. Этот принцип, при необходимости, распространяется на информацию и уведомления о событиях, касающихся нерегулируемой деятельности. Поставщики услуг должны обеспечить, что задействована эффективная программа соответствия законодательным нормам, которая отвечает требованиям органов регулирования/надзора.

Принцип 8: Претензии

Страховщики и посредники должны поддерживать систему обработки и урегулирования претензий там, где это применимо.

22. Поставщики услуг должны эффективно и справедливо вести дело с претензиями потребителей. Должен существовать простой и объективный процесс разрешения споров, с помощью которого претензии потребителей можно было бы эффективно рассматривать. Данный процесс должен быть в значительной степени раскрыт и легко доступен. В дополнение можно посоветовать создать нейтральный орган, независимый от поставщиков услуг, в качестве альтернативного механизма разрешения споров, чтобы иметь дело с такими жалобами эффективным и разрешенным способом. Такой нейтральный орган должен по меньшей мере ежегодно публично отчитываться, и поставщикам услуг следует на добровольной основе поддерживать такую систему.

Принцип 9: Управление и контроль

Страховщики и посредники должны эффективно организовывать и контролировать свои дела.

23. Поставщик услуг должен осуществлять эффективный контроль за своим собственным бизнесом. Требуемые системы управления и контроля будут различаться в зависимости от размера и сложности структуры поставщика услуг. Сравнительно простые процедуры будут достаточны в случае, когда бизнес осуществляется одним лицом, в то время как в случае комплексной организации, скорее всего, будут необходимы сложные системы.

24. Поставщики услуг должны при необходимости:

- 1) иметь директоров и руководителей высшего звена, которые являются и останутся «пригодными и соответствующими» для своих должностей;
- 2) разделить обязанности между своими директорами и менеджерами высшего звена таким образом, чтобы:
 - их индивидуальные обязанности были ясны, а также

- велся адекватный мониторинг за бизнесом поставщика услуг посредством систем внутреннего контроля на уровне высшего руководящего звена и на уровне Правления;
- 3) задействовать твердые меры для соответствия стандартам и требованиям системы регулирования и по ограждению себя от вовлечения в злоупотребления на рынке или финансовые преступления (включая обнаружение и предотвращение отмывания денег), а также
- 4) поддерживать адекватную и упорядоченную отчетность по своему бизнесу и внутренней организации.

25. Параграф 24 1) касается обязанности поставщика услуг убедиться в том, что его сотрудники пригодны для тех позиций, которые они занимают. Это охватывает компетенцию, а также и честность; в некоторых же случаях их финансовое положение также может иметь значение. Лица, которые осуществляют функции от имени поставщика услуг, включают в себя не только служащих, но также все виды посредников, корпоративных агентов и сторонних поставщиков услуг.

26. Параграф 24 2) требует, чтобы поставщик услуг обеспечил четкое разделение обязанностей между своими директорами и руководителями высшего звена, и убедился, что весь бизнес поставщика услуг контролируется на уровне высшего управленческого звена посредством соответствующей комбинации индивидуальной и коллективной ответственности.

27. Параграф 24 3) требует, чтобы поставщик услуг задействовал мероприятия по соответствию принятым нормам, которые являются достаточно жесткими и надежными. В них должны входить защитные меры против участия или использования его другими в качестве механизма для злоупотребления на рынке, или в финансовых преступлениях, таких как отмывание денег.

28. Параграф 24 4) требует хорошего учета бизнеса, по которому совершались транзакции, куда входят, прошедшие аудит либо нет, бухгалтерский отчет, финансовая отчетность и/или формы государственной отчетности в порядке надзора, в том числе баланс и декларация о доходах, подготовленные для раскрытия их для общественности и/или для ведомств страхового надзора. В правильной отчетности также содержатся описание внутренней организации, например, разделение обязанностей и ответственности между менеджерами высшего звена.

IV. Общие положения

29. Вышеприведенные *принципы* сформируют основу для конкретных стандартов поведения на рынке. Данные стандарты могут иметь государственную поддержку, либо надзор за ними и правоприменение могут осуществляться профессиональными ассоциациями, в зависимости от того, какое решение примет отдельная юрисдикция. В них могут содержаться ряд предписанных мер и опций, из которых надзоры могут выбрать, - ими может определяться наилучшая практика.