

## ОСНОВЫ СИСТЕМЫ СТРАХОВАНИЯ

*К.В. Павлов, д-р экон. наук, проф.,*

*Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова, Россия,*

**А. Рахманов,**

*зам. председателя Совета директоров ОАО Страховая компания «QALA Жизнь»,*

*Азербайджан,*

**Д.А. Селезнёва, студентка, 4 курс,**

*Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой, Беларусь*

*Данная статья посвящена раскрытию сущности и значения страховой деятельности, а также страховой культуры. Проанализированы содержание страхования, понятий объектов, видов и основных принципов страхования.*

**Ключевые слова:** *страховой рынок, страхование, объекты страхования, страховая культура.*

Страхование – это важнейшая составляющая функционирования рыночных отношений, являющаяся обязательным элементом социальной и экономической систем общества, которая затрагивает интересы личности, а также обеспечивает необходимую защиту имущественных интересов хозяйствующих субъектов, нарушенных вследствие наступления неблагоприятных обстоятельств природного или иного характера [1].

Ввиду того, что категория страхования является широкой и многогранной, она с трудом поддается точной интерпретации [1]. Так, законной теории, до наших дней не удалось вывести конкретного определения понятия «страхования», которое бы с одной стороны не являлось слишком узким и не было бы слишком широким – с другой.

Анализ ряда определений, определяющих страхование, показал, что разные исследователи могут использовать страхование как способ, форму, метод и так далее. Представляется, что, характеризуя это понятие, следует исходить из его широты и универсальности. Следовательно, нет необходимости пытаться объединить в одно определение все существенные аспекты страхования: финансовые, правовые, социально-экономические.

В большинстве случаев, страхование рассматривается как система экономических отношений, которая включает в себя формы и методы формирования целевых фондов денежных средств, а также их использование на возмещение ущерба при наступлении различных неблагоприятных факторов, в том числе на оказание помощи гражданам при наступлении определенных жизненных событий [2].

Любые отношения предполагают наличие как минимум двух субъектов. В страховом бизнесе страховщик и страхователь являются основными действующими лицами.

Страховщики – юридические лица (акционерные, полные, командитные общества или общества с дополнительной ответственностью), что получили в установленном порядке лицензию на осуществление страховой деятельности. Они вырабатывают условия страхования и предлагают страховые услуги своим клиентам [2].

Страхователи – юридические лица и дееспособные граждане, которые заключили со страховщиками договоры относительно страхования своего собственного интереса или

интереса третьего лица, платят страховые премии и имеют право (по договору или по закону) на получение компенсации (возмещение) при наступлении страхового случая [2].

Объектом страхования обычно выступают [3]:

1. Жизнь, здоровье, трудоспособность граждан - в личном страховании.
2. Здания, сооружения, транспортные средства, домашнее имущество и другие материальные ценности - для страхования имущества.

Для страхования характерно [4]:

- а) случайный (вероятный) характер наступления чрезвычайных событий;
- б) причинение непосильного вреда физическому или юридическому лицу;
- в) создание замкнутости, солидарных отношений между участниками по поводу возмещения ущерба за счет средств страхового фонда;
- г) перераспределение повреждений, как в пространстве, так и во времени;
- д) возврат денежных средств, мобилизованных в страховой фонд.

Сущность страхования как экономической категории лучше всего выражается в его функциях. Страхование выполняет следующие функции:

1. Рисксовая. Риск как вероятность возникновения ущерба непосредственно связан с назначением страхования. В рамках данной функции происходит перераспределение денежной формы стоимости.
2. Предупредительная. Мероприятия по снижению страхового риска финансируются за счет части страхового фонда.
3. Накопительная (сберегательная). Данная функция характерна для страхования жизни.
4. Контрольная. Предлагает строго целевой подход к формированию и использованию средств страхового фонда. На основании соответствующих законодательных документов и методических материалов.

В зависимости от формы участия в страховом сообществе страхование осуществляется как в обязательной, так и в добровольной формах. Инициатором обязательного страхования является государство, которое в форме закона обязывает юридических и физических лиц выплачивать средства для обеспечения общественных интересов. Добровольная форма – замкнутая распределение ущерба между членами страхового сообщества в соответствии с установленными правовыми нормами. Инициаторами добровольного страхования являются предприятия, физические и юридические лица.

Государство устанавливает обязательную форму страхования, когда страховая защита тех или иных объектов связана с интересами не только отдельных страхователей, но и всего общества. Обязательное страхование осуществляется на основании соответствующих законодательных актов, в которых предусмотрены: перечень объектов, подлежащих страхованию; объем страховой ответственности; нормы страхового обеспечения, основные права и обязанности сторон, участвующих в страховании; порядок установления тарифных ставок страховых выплат и некоторые другие вопросы.

Закон определяет круг страховых организаций, которым поручается проведение обязательного страхования. При обязательном страховании достигается полнота объектов страхования. Обязательная форма страхования исключает выборочность отдельных объектов страхования, присущую добровольной форме.

Добровольное страхование – одна из форм страхования. В отличие от обязательного страхования возникает только на основе добровольно заключаемого договора между страхователем и страховщиком. Часто при заключении договора добровольного страхования

между сторонами участвует посредник в виде страхового брокера или страхового агента. Договор страхования заверяется страховым полисом. Нормативно-правовая база организации и проведения добровольного страхования создается страховым законодательством. На основе правовой базы формируются условия или правила для некоторых видов добровольного страхования. Эти правила и условия, разрабатываемые страховщиком, подлежат обязательному лицензированию органом государственного страхового надзора.

При добровольном страховании период страхования обычно определяется заранее. Начало и конец периода страхования оговариваются в договоре с особой точностью, поскольку страховщик принимает на себя страховую ответственность только в течение периода страхования. Договор страхования должен быть заключен в письменной форме.

В случае добровольного страхования можно гарантировать непрерывность страхования при своевременном продлении договора на новый период. Добровольное страхование вступает в силу только после уплаты страховых взносов. Кроме того, долгосрочный договор добровольного страхования действует, если взносы, застрахованные уплачивают периодически (ежемесячно, ежеквартально) или один раз в год.

Добровольное имущественное страхование или договоры личного страхования являются частью гражданско-правовых отношений и входят в число компенсируемых договорных обязательств. По такому соглашению одна сторона обязана выплатить другой стороне определенную сумму взноса. Другая сторона готова со своей стороны предоставить страховое возмещение, указанное в договоре. По договору страхования услуга состоит в выплате страхового возмещения или страховой суммы за последствия произошедших страховых случаев [3].

Страхование отличается следующими основными чертами и принципами [5]:

Во-первых, страхование – это система финансово-экономических отношений, являющихся, во-первых, денежными, а во-вторых, перераспределительными, поскольку они основаны на перераспределении (вторичном распределении) части национального дохода.

Во-вторых, важным страховым сигналом является создание целевого страхового фонда средств, являющегося обязательной составляющей общественного воспроизводства. Финансово-экономический характер страхового фонда определяется производственными отношениями, которые складываются в процессе производства и распределения материальных благ.

Средства страхового фонда можно использовать строго по целевому назначению, то есть их расходование производится только в отдельных случаях, которые устанавливаются правилами и условиями страхования. Особенно жестко названная норма должна быть реализована в системе обязательного социального страхования, поскольку в этом случае для нее характерно особое положение таких страховых отношений, в которых осуществляется государственная социальная защита граждан.

В-третьих, основной целью страхования является возмещение убытков, понесенных застрахованным в результате наступления страхового случая, после выплаты страховой суммы.

В-четвертых, распределение убытков между многими заинтересованными сторонами. Разложение убытков носит замкнутый характер, то есть средства страхового фонда используются исключительно для компенсации имущественных потерь его субъектов. Страхование основано на том факте, что количество страхователей, вступивших в страховой случай, намного меньше, чем общее количество участников страхования, регулярно уплачивающих страховые взносы в страховой фонд.

Наконец, существует прямая зависимость страховых выплат от наступления заранее оговоренного страхового случая. Этот символ указывает на рискованный характер страхования. Страховой риск - это конкретное предполагаемое событие с признаками вероятности и случайности, которое причиняет ущерб жизни, здоровью или имуществу застрахованного и при котором оформляется страхование.

Большинство людей, определяя понятие культуры, подразумевает общепризнанные и устоявшиеся формы жизни – ценности, обычаи, правила поведения, нормы, институты [6].

Страховая культура может трактоваться как форма психологического усвоения обществом института страхования, с одной стороны, характеризующую поведение потребителя, понимающего и осознающего институт страхования, а с другой – продавца страховой услуги, принимающего непосредственное участие для формирования восприятия услуги страхования.

Применительно к объекту исследования страховую культуру можно рассматривать:

- как форму психологического восприятия, усвоения института страхования потребителями, уровень осознания страхования, информированности населения о методах, способах функционирования страховых инструментов;
- как норму индивидуальной деятельности потребителей и продавцов, как обычай страховать, приобретать страховые продукты для защиты имущества, здоровья;
- как процесс взаимодействия страхователей и страховщиков.

В научной и публицистической литературе можно найти множество определений термина «страховая культура». А.Н. Зубец страховую культуру отождествляет как понимание, уяснение потенциальным страхователем (физическим лицом) сущности страховой защиты, и это тесно связано с принятием или, наоборот, непринятием страхования всеми возможными (потенциальными) потребителями [7]. Ю.В. Панков дает определение страховой культуры как экономической категории, но в координатах системного аспекта. А.Г. Кораблева рассматривает страховую культуру как уровень познания общества и его происходящих процессов, как широту кругозора, а это дает возможность уяснить сущность и значимость страхования, а также способствует внедрить и использовать страхование в общественной жизни [8].

Основными факторами, влияющими на развитие страхования, являются:

- число самих страхователей и имеющихся у них объектов страхования;
- пропагандистско-агитационная деятельность страховщиков;
- информированность страхователей;
- реальные доходы и платежеспособность потенциальных страхователей;
- уровень страховой культуры, привычка страховать;
- прочные устоявшиеся страховые правоотношения между участниками страхового рынка.

Таким образом, одной из ключевых задач страхового рынка на территории нашей страны является преодоление психологических барьеров восприятия страховой культуры потребителями и продавцами страховой услуги. Для преодоления психологических барьеров потребителей против страхования страховщики должны заниматься пропагандой страхового дела, агитировать страхователей к покупке страховых продуктов. Для этого многие страховые компании рекламируют свои страховые продукты. В качестве носителей рекламной информации используются интернет, газеты, журналы, радио, телевидение, наружная реклама (щиты, плакаты). На проведение рекламных акций страховщики не жалеют денег, ведь их предпринимательская деятельность, продажи и в конечном итоге прибыль напрямую зависят от количества привлеченных клиентов.

Но наибольший эффект при взаимодействии с клиентами возможен при объединении, кооперации деятельности всех страховщиков. Однако совместная пропагандистско-агитационная деятельность страховщиков входит в противоречие с правилами конкурентного рынка, ведь каждый страховщик готов позиционировать собственные продукты и повышать собственный имидж, свой PR.

В процессе повышения степени страховой культуры значимую роль имеют ежегодно проводимые международные конференции страховщиков, совместные выставки-форумы «Страхование и общество», семинары, выпуски периодических страховых тиражей или специальных страховых страниц в публикациях экономического, финансового направления и т.п. Для привлечения клиентов страховые фирмы используют скидки, льготы, включают дополнительные услуги в страховой продукт и разрабатывают новые каналы сбыта, позволяющие самым удобным и доступным способом приобрести страховой полис.

Страхование осуществляется на принципе наивысшего доверия сторон, иначе — принципа предельной честности. Суть принципа сводится к обязанности страхователя и страховщика раскрывать друг другу любые существенные обстоятельства, влияющие на отношения при заключении договора страхования. То есть страхователь, передавая те или иные риски, обязан при подаче заявления о страховании раскрыть страховщику любые имеющие существенную значимость обстоятельства, так или иначе влияющие на оценку и степень риска.

Но принцип предельной честности сторон должен проявляться зеркально в обязанности страховщика предоставлять полную и достоверную информацию о самом себе как о продавце услуги, так и продаваемом страховом продукте. Речь идет об условиях страхования и об исключениях из страхового покрытия. Отказ же от страховой выплаты отталкивает от дальнейшего доверия к страхованию, и не только самого неудачливого страхователя, но и его ближайших знакомых. Страховая культура не может существовать только у одной из сторон, только при зеркальном отражении обязательств у одной, реализуется право у другой.

#### Список использованных источников

1. Демидова Г.С. К вопросу о понятии страхования / Г.С. Демидова // Проблемы права. — 2006. — № 4. — С. 43–45.
2. Ефимов О.Н. Некоторые правовые и экономические аспекты соотношения понятий «страхование», «страховое дело» и «страховой бизнес» / О.Н. Ефимов // Страховое дело. — 2015. — № 3 (264). — С. 18–22.
3. Понятие и сущность страхования [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/4239538/> - Дата доступа: 05.10.2022
4. Корженевская Г.М. Страховое дело: Учебно-методический комплекс / Корженевская Г.М. - 2013. – С. 4-5.
5. Филатов А.Н. Понятие и принципы страхования / А.Н. Филатов // Наука. Общество. Государство – 2017. – № 3 (19). – 4 с.
6. Культурология. XX век: энцикл. Т. 1 / ред. коллегия: Ж.М. Арутюнова, В.Н. Башилов, И.С. Вдовина, В.Д. Губин, П.С. Гуревич, Г.И. Зверева, В.Б. Земсков, Л.Г. Ио, Л.А. Микешина, Л.А. Мостова, М.Н. Соколов, П.В. Соснов, Л.В. Скворцов, А.Я. Флиер ; гл. ред., составитель, авт. проекта С.Я. Левит. – СПб.: Университетская книга; Алетейя, 1998. – 338 с.
7. Зубец А.Н. Страховой маркетинг в России. Практическое пособие / А.Н. Зубец – М.: Центр экономики и маркетинга, 1999. – 336 с.
8. Кораблева А.Г. Место страхования в сфере финансовых услуг: препринт / А.Г. Кораблева. – Волгоград: Изд-во Волгоградского гос. ун-та, 2001. – 24 с.