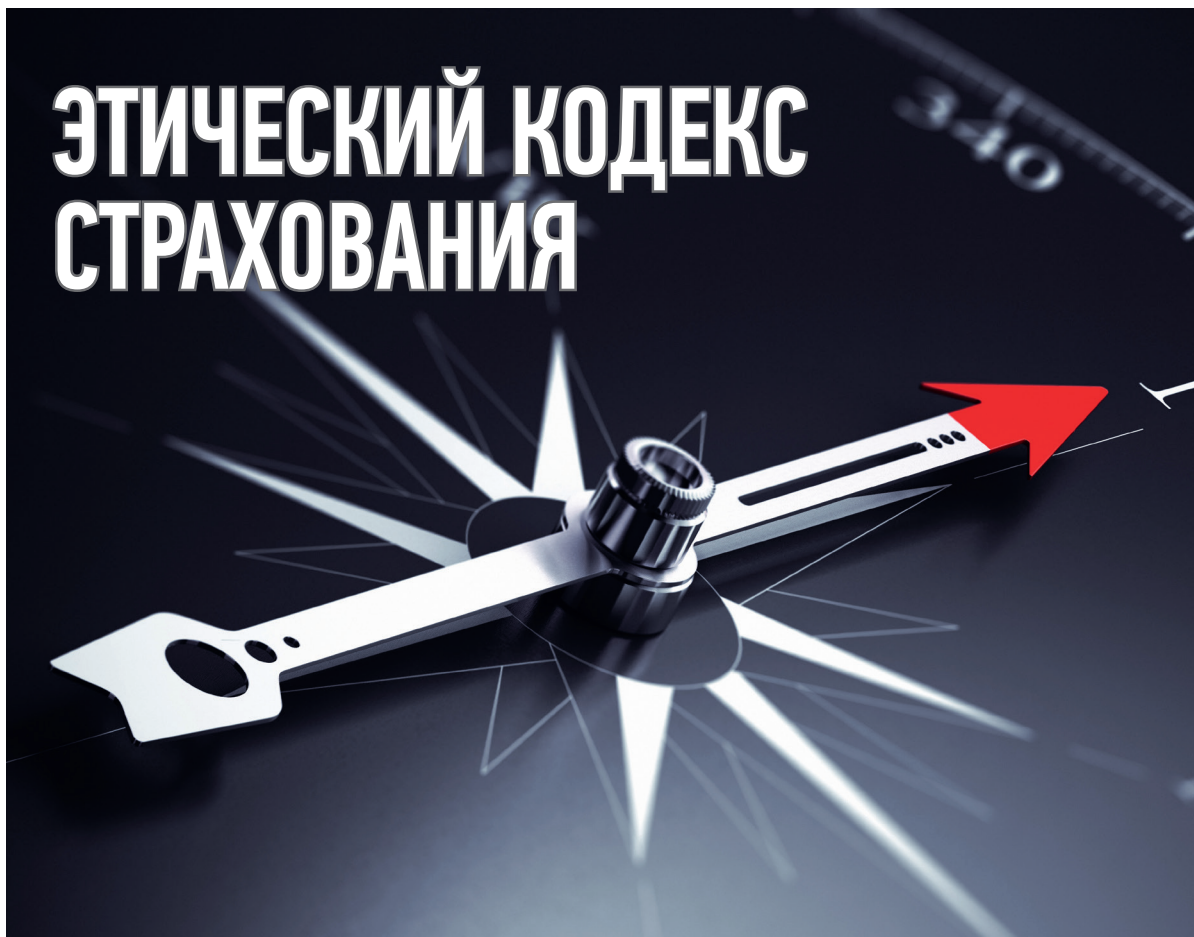


ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС СТРАХОВАНИЯ



Доверие к страховому бизнесу основывается на позитивном опыте общения клиентов с компаниями. Чтобы восстановить репутацию страхового рынка и сформировать культуру страхования в стране, в 2004 году Совет старейшин Всероссийского союза страховщиков разработал проект этического Кодекса профессиональной деятельности. Кодекс подписала 81 страховая компания, работающая в России.

Принятие Кодекса как свода рекомендаций, неуклонное следование этическим принципам и нормам страхового дела было призвано способствовать повышению эффективности и престижа всего страхового сообщества. Равно как и укреплению сотрудничества между

страховщиками и их клиентами на основе добросовестности, взаимного уважения и поддержки, строгого выполнения принятых обязательств.

Страховой рынок считал, что его деятельность должна быть основана на стремлении повысить свою привлекатель-

КОДЕКС ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА СТРАХОВОМ РЫНКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

«Кодекс представляет собой совокупность норм поведения на страховом рынке должностных лиц, его профессиональных участников, предусматривает гарантии соблюдения этих норм и ответственность за их нарушение. Наряду с общими этическими принципами страхового бизнеса, его задачами и сферами действия в Кодексе содержится (в приложении к нему) ряд специальных норм и этических принципов, используемых в практике страховщиков, перестраховщиков, брокеров и независимых экспертов. Соблюдение Кодекса, неуклонное следование этическим принципам и нормам страхового дела призвано способствовать повышению престижа и эффективности деятельности всего страхового сообщества, укреплению сотрудничества между его участниками и их клиентами на основе добросовестности, взаимного уважения и поддержки, строгого выполнения принятых обязательств».

ность для инвесторов и клиентов. Положения Кодекса, не являясь обязательными для исполнения, содержат стандарты лучшей практики корпоративного поведения, которым рекомендуется следовать всем субъектам отрасли — страховым, перестраховочным, брокерским и другим организациям.

Отношения с клиентами Кодекс рекомендует строить в соответствии с понятиями честности и справедливости и не иметь целей, противоречащих интересам страхователей.

Большой блок рекомендаций относится к построению отношений между страхов-



Николай Галагуза

*Советник генерального директора
ПАО СК «Росгосстрах»,
экс-председатель совета старейшин ВСС*

щиками. В первую очередь, это добросовестное сотрудничество для обеспечения взаимных интересов, соблюдение установленных процедур и правил при преодолении разногласий, следование достигнутым соглашениям. Кроме того, декларируется солидарность в борьбе против мошенничества и недобросовестности, отказ принимать на страхование риски от лиц и организаций, злоупотребляющих доверием страховщиков.

Кодекс предлагает взаимный обмен информацией, связанной с выполнением партнерами обязательств по договорам страхования. Проводить



В 2004 году Кодекс профессиональной этики деятельности на страховом рынке Российской Федерации подписали 70 страховых компаний. Его основу составляют «10 принципов российского страхового бизнеса», например, отказ от влияния на представителей власти в своих целях, борьба с дискриминацией сотрудников, сохранение природных ресурсов.

Применение специальных этических принципов и правовых норм профучастников страхового рынка относится:

- к страховщикам
- страховым брокерам
- независимым экспертам страховой деятельности.

10 ПРИНЦИПОВ

- 1 Во взаимодействии с Законом бизнес должен понимать необходимость соблюдения действующего законодательства, обеспечивающего всем равные условия деловой активности.
- 2 Взаимодействуя с властями, бизнес выступает в качестве равноправного партнера, избегая использования незаконных методов прямого и косвенного влияния на представителей всех ветвей власти.
- 3 В отношениях с клиентами бизнес обеспечивает соблюдение всех действующих норм и правил предоставления услуг и выполнения принятых обязательств.
- 4 В отношениях с владельцами и/или инвесторами бизнес обеспечивает профессиональный уровень управления, полный доступ к информации, ограниченный лишь рамками Закона и условиями конкуренции, а также внимательное отношение к предложениям, жалобам и решениям владельцев и/или инвесторов.

маркетинговые, рекламные и другие акции по продвижению страховых услуг юридически безупречно, на принципах добросовестной конкуренции, без злоупотребления доверием и неопытностью страхователей, без необоснованной критики конкурентов.

По Кодексу страховщики должны с сочувствием и пониманием относиться

к каждому случаю нанесения ущерба кому-либо и щадить чувства и эмоции людей, попавших в тяжелое положение, и избегать действий, которые могли бы усугубить ситуацию. Страховщики должны заботиться о своей финансовой устойчивости и отказаться от проведения рискованных операций и политики необоснованного снижения ставок.

СТРАХОВОГО КОДЕКСА

- 5 В отношениях с работниками бизнес обеспечивает им заработную плату и условия труда, не наносящие ущерба их здоровью и человеческому достоинству, избегает дискриминации независимо от пола, возраста, расовой принадлежности и религиозных убеждений.
- 6 В отношениях с партнерами бизнес основывается на взаимном уважении, соблюдении достигнутых договоренностей, стремлении избегать принудительных действий.
- 7 В отношениях с конкурентами бизнес исходит из понимания того, что здоровая экономическая конкуренция способствует более справедливому распределению товаров и услуг, а следовательно, уважает физические и интеллектуальные права на собственность конкурентов.
- 8 Взаимодействуя с обществом, бизнес должен проявлять ответственность за проводимую политику, избегать действий, чреватых усилением социальной напряженности, обеспечивать собственное экономическое здоровье и выживание.
- 9 Во взаимодействии с внешним миром бизнес ориентирован к общему прогрессу и процветанию.
- 10 Во взаимодействии с окружающей средой бизнес должен охранять, а там, где это возможно, улучшать окружающую среду и избегать расточительного использования природных ресурсов.

Многие положения этического Кодекса остаются актуальными, но многие компании забыли об этом документе, а новые менеджеры никогда о нем и не слышали. Думаю, что в ситуации, когда доверие людей к страхованию необходимо укреплять, пришло время вспомнить о Кодексе и принятых обязательствах. Потому что успешное развитие страхо-

вого рынка базируется на соблюдении этических норм, ответственном выполнении принятых обязательств и уважительном отношении к клиенту. Только так, по моему мнению, можно поддержать репутацию страхования.