

Страховой рынок РК

ВЫПОЛНИЛА: ПАРАМОНОВА ЕКАТЕРИНА
УИА 12-2

Страховой рынок - это особая социально-экономическая среда, определенная сфера денежных отношений, где объектом купли-продажи выступает страховая защита, формируется предложение и спрос на нее.

Страховую деятельность осуществляют страховые компании. Они работают, как с организациями, предприятиями, то есть юридическими лицами, так и с отдельными людьми, физическими лицами, без учета их экономической деятельности

Страховой рынок можно рассматривать также:

- ❖ как форму организации денежных отношений по формированию и распределению страхового фонда для обеспечения страховой защиты общества;
- ❖ как совокупность страховых организаций (страховщиков), которые принимают участие в оказании соответствующих страховых услуг.

Потребительские свойства данных продуктов весьма специфичны и отличны от других продуктов финансового рынка. Их специфика происходит из сущности страхования. В соответствии с Законом РК «О страховой деятельности» от 18 декабря 2000 г., № 126 - II ЗРК под страховой деятельностью следует понимать деятельность по защите имущественных интересов граждан, предприятий, учреждений и организаций при наступлении определенных событий (страховых случаев) за счет денежных фондов, формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов (страховых премий). Угроза интересам субъектов страхового рынка существует всегда, но не носит обязательного характера. Эта угроза реальна, но вероятностна по своей сути. Реальна для всего общества, а для каждого индивида вероятностна. Поэтому всегда существует выбор и расчет: покупать (продавать) или не покупать (не продавать) тот или иной страховой продукт. Очевидно, что для реализации данного выбора страховой продукт должен всегда присутствовать на финансовом рынке. Данное присутствие и формирует страхование как составную часть финансовых отношений.

- Каждый страховой продукт соотносится с конкретным объектом страхования (то, что страхуется), определяет причины страхования (страховой риск), его стоимость (страховую сумму), цену (страховой тариф), условия денежных платежей (расчетов) в предвидении тех событий, от которых последний страхуется. Свидетельством (сертификатом) страхового продукта служит документ, называемый страховым полисом. Полис подтверждает факт заключенного договора страхования (купли-продажи страхового продукта), который всегда предметен, адресован участникам страхования, содержит основные количественные параметры сделки, является юридическим документом.

Специфика страхового продукта (его видимая сторона) в том, что страховой взнос всегда меньше страховой суммы. Такое соотношение обеспечивает рыночную привлекательность страховых продуктов и соответствующий спрос на них. Видимая выгода от покупки страхового продукта налицо. Но она не означает потери продавца, так как число полисов (покупателей) обычно больше, чем число страховых случаев. В силу этого продавец (страховщик) не несет потерь, если цена страхового продукта определена правильно. Можно предположить, что страхование — это своеобразная «игра» между покупателями и продавцами страховых продуктов, т.е. страхователями и страховщиками. Суммарная величина «выигрышей» и «проигрышей» в этой игре должна быть сведена к нулю (теоретически).

- Объективной основой развития страхового рынка является возникающая в процессе воспроизводства потребность обеспечения бесперебойности финансово-хозяйственной деятельности и оказание денежной помощи в случае наступления непредвиденных неблагоприятных событий.

ОСНОВАНИЯ СТРАХОВОГО РЫНКА

- ❖ Свободная рыночная экономика
- ❖ Многообразиие форм собственности
- ❖ Свободное ценообразование - расчет тарифных ставок
- ❖ Наличие конкуренции
- ❖ Свобода выбора
- ❖ разработка и внедрение новых видов страховых услуг и т.д.

УСЛОВИЯ СУЩЕСТВОВАНИЯ СТРАХОВОГО РЫНКА

- наличие общественной потребности в страховых услугах - формирование спроса;
- наличие страховщиков, способных удовлетворить эту потребность, - формирование предложения.

-
- В связи с этим выделяют рынок страховщика и рынок страхователя. Функционирующий страховой рынок представляет собой сложную, интегрированную систему, включающую различные структурные звенья. Первичное звено страхового рынка - страховое общество или страховая компания. Именно здесь осуществляется процесс формирования и использования страхового фонда, проявляются экономические отношения, переплетаются личные, групповые, коллективные интересы. Кроме того, на страховом рынке также действуют и другие его субъекты: перестраховочные компании, посредники страховщика - страховые агенты и брокеры (маклеры), различные объединения страховщиков: страховые пулы, союзы и т.д.

СТРУКТУРА СТРАХОВОГО РЫНКА

В территориальном аспекте структура страхового рынка характеризуется страховыми рынками:

- Местным (региональным)
- Национальным (внутренним)
- Мировым (Внешним)

По отраслевому признаку выделяют рынок страхования

- Личного
- Имущественного
- Ответственности

Страховой продукт — центральное понятие страхового рынка. Потребительная стоимость страхового продукта состоит в обеспечении страховой защиты. Цена страхового продукта определяется затратами на страховое возмещение или страховое обеспечение, а также расходами на ведение дела и размером прибыли страховщика. Как и всякая цена, она зависит от спроса и предложения.

Продвижение страховых продуктов на страховом рынке и их реализацию преимущественно осуществляют страховые посредники: страховые агенты и страховые брокеры.

Страховые агенты — физические или юридические лица, действующие от имени страховщика и по его поручению в соответствии с предоставленными полномочиями.

Страховыми брокерами могут быть независимые юридические или физические лица, имеющие лицензию на проведение посреднических операций по страхованию от своего имени на основании поручений страхователя либо страховщика. Страховой брокер не является участником страхового договора. Его обязанность состоит в оказании посреднической услуги и содействие исполнению договора страхования.



Функционирование страхового рынка предполагает наличие профессиональных оценщиков рисков и убытков, в качестве которых выступают сюрвейеры и аджастеры.

Сюрвейеры — инспектора или агенты страховой организации, осуществляющие осмотр имущества, принимаемого на страхование. В качестве сюрвейера выступают также специализированные фирмы по противопожарной безопасности, охране труда и т.д., взаимодействие которых со страховщиком строится на договорной основе. По заключению сюрвейера страховая компания принимает решение о заключении договора страхования.

Аджастеры — это уполномоченные физические или юридические лица страховщика, занимающиеся установлением причин, характера и размера убытков. По результатам проведенной работы аджастер составляет страховой акт (аварийный сертификат).

ВНУТРЕННЕЕ СОДЕРЖАНИЕ И ВНЕШНЕЕ ОКРУЖЕНИЕ СТРАХОВОГО РЫНКА

Страховой рынок как совокупность страховых организаций представляет собой сложную многофакторную динамическую систему - группу регулярно взаимодействующих и взаимозависимых отдельных составных частей, образующих единое целое. Страховая система взаимодействует с окружающей ее средой посредством внешних связей, которые характеризуют как влияние окружения на систему, так и воздействие системы на среду. Таким образом, страховой рынок представляет диалектическое единство двух систем - внутренней системы и внешнего окружения.

К внутренней системе относятся следующие основные управляемые переменные:

- страховые продукты (условия договоров страхования данного вида);
- система организации продаж страховых полисов и формирования спроса;
- гибкая система тарифов;
- собственная инфраструктура страховщика.

К внутренней системе относятся также управляемые страховщиком переменные ресурсы:

- Материальные
- Финансовые
- трудовые ресурсы страховой компании, которые определяют положение данного страховщика на рынке.

ВНЕШНЕЕ ОКРУЖЕНИЕ РЫНКА

- система взаимодействующих сил, которые окружают внутреннюю систему рынка и оказывают на нее воздействие. Страховщик планирует и проводит свою рыночную коммерческую работу в условиях внешнего окружения; последнее в свою очередь состоит из управляемых переменных, на которые страховщик может оказывать определенное воздействие, и неуправляемых составляющих, неподвластных влиянию страховщика.

К основным элементам внешнего окружения, на которые страховая компания может оказывать частично управляющее воздействие, относятся:

- ✓ Рыночный спрос
- ✓ Конкуренция
- ✓ Ноу-хау страховых услуг
- ✓ Инфраструктура страховщика

СТРУКТУРА СТРАХОВОГО РЫНКА РК
