



Особенности антимонопольного регулирования на рынке страховых услуг

Докладчик:

*Лилия Клоченко, партнер, Генеральный директор
Юридическая Компания АКП Консалтинг*

*Москва - 24 сентября 2007 года
Мастер-Центр СТРАХОВАНИЕ*



Правовая оценка отдельных положений законодательства

- ❖ **Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»**
- ❖ **Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»**
- ❖ **Закон о об организации страхового дела в РФ от 27.11.1992 №4015-1**
- ❖ **Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях: изменения от 09.04.2007 №45-ФЗ и от 22.06.2007 №116-ФЗ**



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг – общее:

Три группы норм:

- √ нормы, которые распространяются только на финансовые организации,
- √ нормы, которые **не** распространяются на финансовые организации и
- √ нормы, которые распространяются на всех субъектов рынка.

Большинство норм данного закона относится к третьей группе.

К первой группе относится ч. 7 ст. 5, п. 7 ч. 1 ст. 10, ст. 18, пункты 3 и 5 ч. 1 ст. 27, ст. 29, пункты 3 и 4 ч. 1 ст. 30, части 9-11 ст. 35 Закона



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (1):

Федеральный закон от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»

Экстерриториальность действия (ст.3):

- √ Установлена в отношении соглашений российских или иностранных лиц или организаций.
- √ Регулирует заключенные за пределами России соглашения, достигнутые в отношении активов, акций (долей) российских хозяйственных обществ, прав в отношении российских коммерческих организаций.



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (2.1):

Доминирующее положение страховых организаций:

- √ Условия признания доминирующим положения страховой организации и Порядок установления такого положения определяются Правительством РФ (п.7. ст.5 Закона, Постановление №359 от 09.06.2007)
- √ Признается доминирующим положение страховой организации, доля которой **превышает**:
 - 10% - на единственном рынке (федеральный), или
 - 20% - на рынке с товаром, обращающимся и на иных рынках (региональный),
 - и доля увеличивается и превышает указанные значения
- √ Порядок проведения анализа **состояния конкуренции** в целях установления доминирующего положения страховой организации утверждается ФАС России



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (2.2):

Порядок определения доминирующего положения:

- √ определения ее доли в границах товарного рынка независимо от ее места нахождения, указанного в учредительных документах,
- √ Этапы установления:
 - а) установление сферы обращения финансовой услуги путем определения границ соответствующего товарного рынка на основе исследования спроса и предложения финансовой услуги;
 - б) определение объема финансовых услуг и долей финансовых организаций на соответствующем товарном рынке;
 - в) определение наличия условий признания доминирующим положения финансовой организации.⁶



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (2.3):

Расчет объема финансовых услуг на товарном рынке осуществляется на основе следующих показателей (в стоимостном выражении):

- в отношении услуг, оказываемых страховщиком и обществом взаимного страхования: объем собранной финансовой организацией страховой премии по каждому виду страхования за отчетный период (п/п б) п.7)
- в отношении услуг, оказываемых страховым брокером, - размер дохода страхового брокера по договору об оказании брокерских услуг (п/п и) п.7)



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (2.4):

Установление доминирующего положения финансовой организации осуществляется с учетом следующих сведений:

- а) данные государственной статистической отчетности, финансово-экономической и иной отчетности финансовых организаций;
- б) сведения об объеме предоставленных услуг;
- в) сведения, характеризующие сферу обращения финансовой услуги;
- г) сведения о возможности финансовой организации оказывать решающее влияние на общие условия предоставления услуги на соответствующем товарном рынке, устранять с указанного рынка и (или) затруднять доступ на указанный рынок других субъектов;
- д) заключения независимых экспертиз;
- е) данные о состоянии и структуре товарного рынка;
- ж) сведения о наличии экономических, технологических, административных или иных ограничений доступа на товарный рынок.



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (2.5):

П.9 Постановления №359:

- √ доля финансовой организации на товарном рынке определяется исходя из отношения объема финансовых услуг определенного вида, оказанных ею, в натуральном и (или) стоимостном выражении к общему объему финансовых услуг данного вида, оказанных в границах товарного рынка
- √ Расчет объема, исходя из основных показателей:
 - объем собранной страховой премии по каждому виду страхования за отчетный период,
 - могут использоваться другие показатели, деятельности организации, рассчитываемые на основании данных финансово-экономической, статистической и другой отчетности организации.



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (2.6):

⇒ Кто определяет:

- антимонопольный орган (в целях установления доминирующего положения или факта злоупотребления доминирующим положением, исходя из запрошенных у организации документов, заключений независимых экспертиз, статистических данных или документов, которые организация предоставляет согласно п. 9 и п. 10 ст. 35),
- организация самостоятельно



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (2.7):

- Единственный в Российской Федерации товарный рынок – это рынок, на котором обращается товар, не имеющий замены. Под товарным рынком Федеральный закон «О защите конкуренции» понимает и рынок финансовых услуг.
- Иной рынок в контексте «товар, обращающийся на товарном рынке, обращается также на иных товарных рынках в Российской Федерации» означает, что один товар обращается на двух и более товарных рынках.

Если товар обращается более чем на одном рынке, уведомлять антимонопольный орган не требуется, если доля организации на одном из рынков, на котором обращается данный товар, менее 20 процентов.



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (3):

Злоупотребление доминирующим положением: УСТАНОВЛЕН:

- ✓ **Общий запрет на действия (бездействие) доминирующей страховой организации, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц**

ОЦЕНИВАЕТСЯ:

- ✓ **Влияние доминирующей страховой организации на состояние конкурентной среды как на рынке, где установлено доминирование, так и на смежных рынках**



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (4):

Злоупотребление доминирующим положением (ст.10):

- ✓ **установление необоснованно высокой / низкой цены финансовой услуги**
- ✓ **навязывание контрагенту невыгодных условий договора**
- ✓ **не обоснованные сокращение или прекращение оказания финансовых услуг**
- ✓ **не обоснованные отказ либо уклонение от заключения договора с отдельными покупателями**
- ✓ **не обоснованное установление различных цен (тарифов) на одни и те же финансовые услуги**
- ✓ **создание дискриминационных условий**
- ✓ **создание препятствий доступу на рынок или выходу с рынка другим хозяйствующим субъектам**



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (5):

Соглашения и согласованные действия, ограничивающие конкуренцию:

- √ **Более жесткий правовой режим контроля за соглашениями финансовых организаций по сравнению с соглашениями хозяйствующих субъектов:**
 - допустимость заключения вертикальных соглашений не распространена на соглашения между финансовыми организациями
 - обязанность уведомить обо всех достигнутых соглашениях финансовых организаций
- √ **Предусмотрена возможность согласования с антимонопольным органом проекта соглашения в предварительном порядке**



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (6.1):

Уведомление о соглашениях:

- √ Финансовые организации обязаны уведомить антимонопольный орган обо всех достигнутых соглашениях, за исключением трех типов соглашений:
 - договоров между финансовыми организациями, имеющими в совокупности долю на рынке менее норматива, установленного Правительством (доля 10% на федеральном рынке; 20% на региональном рынке РФ);
 - договоров о предоставлении финансовых услуг (договоры кредита, депозита, страхования и т.п.);
 - договоров, заключаемых в процессе обычной хозяйственной деятельности, то есть для обеспечения хозяйственных нужд (договоры аренды, размещения рекламы, закупки оборудования и т.п.)



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (6.2):

Пример:

Соглашение с участием в качестве одной из сторон соглашения финансовой организации, не было признано сделкой в процессе обычной хозяйственной деятельности - Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 02.05.2007 г. по делу № 09АП-5198/2007-АК.

В постановлении суд указал на то, что к соглашениям, заключаемым в процессе обычной хозяйственной деятельности, относятся соглашения о предоставлении товаров, работ, услуг для хозяйственных нужд финансовой организации.

При этом суд сослался на пункт 30 Постановления Пленума ВАС РФ №19 от 18.11.2003.

=> в целях применения п. 3 ч. 9 ст. 35 Закона под договорами, заключенными в процессе обычной хозяйственной деятельности, следует понимать договоры, не содержащие положения об оказании финансовых услуг или намерении оказывать такие услуги, и единственным предметом которых является приобретение финансовыми организациями товаров, работ, услуг для обеспечения их хозяйственных нужд как обычного хозяйствующего субъекта, то есть неспецифической деятельности финансовой организации.



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (6.3):

Обязанность уведомлять о:

- √ соглашения о сотрудничестве между страховой организацией и банком: ч. 9 ст. 35 Закона.

Соглашение о сотрудничестве не может входить в исключение как соглашение между финансовыми организациями, имеющими в совокупности долю на товарном рынке менее норматива, установленного Правительством РФ, поскольку в этой норме имеется в виду один рынок. В нашем случае есть два рынка: рынок, на котором действуют страховые организации, и рынок, на котором действуют банки.

В связи с этим Постановления № 359 и 409 не применяются и доля организации на определенном рынке значения не имеет.

Форма уведомления:

в соответствии с ч. 9 ст. 35 - утверждена Приказом ФАС от 25.06.2007 г. № 184.



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (7):

Типы соглашений и согласованных действий, ограничивающих конкуренцию:

- √ раздел рынка по территориальному принципу, объему оказания финансовых услуг, составу продавцов или покупателей
- √ не обоснованное установление различных цен (тарифов) на одну и ту же финансовую услугу
- √ навязывание контрагенту условий договора, не выгодных для него или не относящихся к предмету договора
- √ создание препятствий доступу на рынок



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг: практика применения (1):

Соглашение акционеров банка и страховой компании:

- эксклюзивный характер взаимодействия в сфере личного страхования заемщиков
- возможность необоснованного отказа Банка в заключении договоров с иными страховщиками, желающими предоставлять услуги личного страхования заемщикам Банка
- согласование тарифа (цены услуги)



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (9):

Недобросовестная конкуренция:

- √ Запрещены любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые
- направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности
 - противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости
 - и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг: практика применения (2):

Дело: Жалоба на действия конкурсной комиссии МУ «Городское хозяйственное управление» г. Ростова-на-Дону при подведении итогов конкурса на закупку услуг по ОСАГО:

- победителем конкурса была признана ОАО СК «Эни», предложившая наименьшую цену контракта
- цена контракта – цена ОСАГО рассчитана ОАО СК «Эни» с нарушением положений постановления Правительства Российской Федерации от 07.05.2003 № 264
- нарушение статьи 14 ФЗ «Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» в части совершения действий, направленных на приобретение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречащих законодательству РФ и обычаям делового оборота и причинивших или могущих причинить убытки другим страховым организациям - конкурентам на рынке страховых услуг.

Результат: Предписание Ростовского УФАС в адрес страховщика.



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг: практика применения (3):

В 2006 году ФАС России возбудило 328 дел:

- **Злоупотребление финансовой организацией доминирующим положением (статья 5 Закона) – 3 дела (2005 – 3 дела);**
- **Соглашения (согласованные действия) финансовых организаций, ограничивающие конкуренцию (статья 6) – 14 дел (2005 - 34 дела);**
- **Недобросовестная конкуренция (статья 15) - 51 дело (2005 - 41 дело);**
- **Акты и действия органов исполнительной власти, ограничивающие конкуренцию и нарушение порядка конкурсного отбора финансовых организаций (статьи 12, 13, 14) – 224 дела (2005 - 630 дел);**
- **Административные правонарушения (статьи 8,11, 17, 19, 26) – 36 дел (2005 - 59 дел);**



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг: практика применения (4):

Северо-Восточное УВД г. Якутска разместило заказ на оказание услуг по ОСАГО для государственных нужд путем запроса котировок.

По итогам размещения опубликован протокол рассмотрения и оценки котировочных заявок, определен победитель.

Ст. 18: федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов РФ осуществляют отбор страховых организаций путем проведения открытого конкурса или открытого аукциона в соответствии с положениями федерального закона о размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд для оказания финансовых услуг, в том числе услуг по ОСАГО

Дело возбуждено Комиссией УФАС России по Республике Саха в отношении Северо-Восточного УВД г. Якутска по признакам нарушения ст. 18. Прекращено в связи с добровольным устранением Северо-Восточным УВД допущенного нарушения



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (10):

Ограничения антиконкурентных действий органов власти:

- √ **Введено определение государственной помощи как произвольного предоставления индивидуальных льгот и преимуществ отдельным хозяйствующим субъектам;**
- √ **Установлены единые антимонопольные требования к проведению всех видов торгов (конкурсов, аукционов) органами государственной власти и органами местного самоуправления.**



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (11):

Отбор страховых организаций на торгах:

- √ **Обязанность** конкурсного отбора страховых организаций возложена помимо органов власти на естественные монополии и государственные внебюджетные фонды
- √ Два вида отбора:
 - ✓ **открытый конкурс**
 - ✓ **открытый аукцион**
- √ **Отбор** страховых организаций - в порядке, установленном Законом о размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд
- √ **Закрытый перечень** финансовых услуг: личное страхование, в том числе медицинское страхование; страхование имущества; негосударственное пенсионное страхование; страхование ответственности.



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (12):

Контроль за экономической концентрацией:

- √ Отменено согласование каждой сделки
- √ Изменен критерий контроля за экономической концентрацией на рынке финансовых услуг:
 - переход от контроля Уставного капитала к контролю стоимости Активов
- √ Создание страховой организации, уставный капитал которой оплачивается исключительно денежными средствами, не требует согласия антимонопольного органа



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (13):

Постановление от 30.05.2007 года №334 (и п/п 3) п.1 ст.27 Закона):

- √ **Пороговые значения для получения предварительного согласия на совершение сделок с акциями (долями), активами финансовых организаций, правами в отношении финансовых организаций:**
 - для страховых организаций – 200 млн. руб.
 - для страховых медицинских организаций – 50 млн. руб.
- √ **если величина активов приобретаемой организации в результате одной сделки или нескольких сделок превышает 10 процентов стоимости активов**



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (14):

Случаи и порядок уведомления страховщиками, обществами взаимного страхования и страховыми брокерами антимонопольного органа:

- √ о создании финансовой организации в результате слияния финансовых организаций - не позднее чем через 45 дней после даты слияния, если стоимость ее активов не превышает 200 млн. руб. (50 млн. руб. – для страховой медицинской организации);
- √ о присоединении к страховщику, обществу взаимного страхования или страховому брокеру другой финансовой организации - не позднее чем через 45 дней после даты присоединения, если стоимость активов реорганизованной финансовой организации не превышает 200 млн. руб. (50 млн. руб. для страховой медицинской организации).
- √ о соглашениях между финансовыми организациями, если при этом превышает норматив совокупной доли финансовых организаций на товарном рынке: 10 % или 20.



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (15):

П. 9. ст. 35 : обязанность уведомить обо всех соглашениях, достигнутых в любой форме между ними или с госорганами, а также с любыми организациями, за исключением:

- √ соглашений между финансовыми организациями, имеющими в совокупности долю на товарном рынке менее норматива, установленного Правительством Российской Федерации;
- √ соглашений, являющихся договорами о предоставлении финансовых услуг;
- √ соглашений, являющихся договорами, заключаемыми финансовой организацией в процессе обычной хозяйственной деятельности.

Для возникновения обязанности уведомлять антимонопольный орган в соответствии с п. 9 ст. 35 достаточно, чтобы финансовая организация была только одной из сторон соглашения.



Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (16):

- Однако п. 9 ст. 35 Федерального закона «О защите конкуренции» содержит перечень случаев, в которых финансовым организациям уведомлять антимонопольный орган не нужно.
- Так, не требуется уведомлять антимонопольный орган о соглашениях, если совокупная доля финансовых организаций не превышает 10 процентов на единственном в России товарном рынке или 20 процентов на товарном рынке, где действует указанное соглашение, и обращающийся на котором товар обращается также на иных товарных рынках в Российской Федерации (п. 4 Постановления Правительства РФ от 30.05.2007 г. № 334 «Об установлении величин активов финансовых организаций (за исключением кредитных организаций) и совокупной доли финансовых организаций (за исключением кредитных организаций) на товарном рынке в целях осуществления антимонопольного контроля»).



Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (1):

Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» в новой редакции:

- в целом **сохраняет** ранее действовавшие концептуальные **подходы** в регулировании отношений в сфере рекламы,
- **содержит ряд новых положений**, которые изменяют отдельные аспекты правового регулирования рекламы,
- **ужесточает требования** к рекламе финансовых услуг

Примечание: в 2006 возбуждено 277 дел (рост примерно в 3 раза по сравнению с 2005 годом)



Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (2):

Изменилось определение рекламы:

Реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (ст. 3).



Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (3):

Уточнен круг информации, которая не является рекламой (ст.2):

- √ информация, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом;
- √ справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой;
- √ сообщения органов государственной власти, иных государственных органов, сообщения органов местного самоуправления, сообщения муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой;



Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (4):

... не является рекламой (ст.2):

- √ вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера;
- √ объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности;
- √ информация о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенная на товаре или его упаковке;
- √ любые элементы оформления товара, помещенные на товаре или его упаковке и не относящиеся к другому товару;
- √ упоминание о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которое органично интегрировано в произведения науки, литературы или искусства и само по себе не является сведениями рекламного характера.



Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (5):

Новеллы: нормы, направленные на предупреждение распространения завуалированной рекламы товаров, ограниченных к рекламированию (часть 4 ст. 2 и часть 2 ст. 5 Закона):

Во внимание принимаются:

- √ указание в рекламе средств индивидуализации товаров, их производителей, продавцов,
- √ наличие сходства с товарными знаками товаров, запрещенных к рекламированию.



Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (6):

Дополнительные требования к рекламе - в рекламе запрещается:

- использование образов медицинских и фармацевтических работников, за некоторыми исключениями;
- указание на лечебные свойства, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств;
- указание на то, что рекламируемый товар произведен с использованием тканей эмбриона человека;
- указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти;
- демонстрировать процессы курения и потребления алкогольной продукции, а также пива.



Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (7):

Изменились требования:

- √ Изменены нормы, направленные на защиту несовершеннолетних в рекламе. Запрет на использование образов несовершеннолетних предусмотрен в рекламе алкогольной продукции, пива, табака и табачных изделий, азартных игр и пари, оружия и продукции военного назначения (ст.ст. 21 – 23, 26, 27).
- √ Отменено требование о сообщении в рекламе о том, что товар подлежит обязательной сертификации, а также требование об указании информации о лицензии. Одновременно ужесточается ответственность за рекламу не сертифицированных товаров и деятельности при отсутствии лицензии.



Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (8):

Появились требования:

- √ к рекламе товаров при дистанционном способе их продажи (ст. 8 Закона),
- √ к рекламе, сообщающей о проведении стимулирующих мероприятий (ст. 9 Закона)

Ужесточены требования к объему рекламы в телепрограммах:

- √ объем рекламы в телепрограммах не может превышать 20 % времени вещания в течение часа и 15% в течение суток (с **01.07.2006**)
- √ 15 % времени вещания в течение часа (с **01.01.2008**)



Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (9):

Уточнены:

- √ распространения наружной рекламы и установки рекламных конструкций (ст.19).
- √ контроль над установкой незаконно установленных рекламных конструкций передан органам местного самоуправления.

Реклама на транспорте:

- √ изменились требования, предъявляемые к рекламе на транспорте (статья 20 Закона).
- √ с 1 января 2007 года вступит в силу запрет на использование транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций.



Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (10):

Реклама страховых услуг не должна:

- √ содержать гарантии или обещания в будущем доходности вложений, если такая доходность вложений не может быть определена на момент заключения соответствующего договора;
- √ умалчивать об условиях оказания страховых услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий



Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (11):

Сохранены полномочия антимонопольного органа:

- √ выдавать обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе;
- √ предъявлять в суд или арбитражный суд иски о запрете распространения рекламы;
- √ применять меры ответственности в соответствии с законодательством об административных правонарушениях.



Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (12):

Изменен порядок осуществления контр-рекламы:

Антимонопольный орган вправе предъявлять в суд или арбитражный суд иски о публичном опровержении недостоверной рекламы (контр-рекламе) в случае

- √ установления факта распространения недостоверной рекламы и выдачи соответствующего предписания.
- √ суд определяет форму, место и сроки такого опровержения.



Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (13):

Новые полномочия антимонопольного органа:

- ✓ обращаться в арбитражный суд с заявлениями о признании недействительным разрешения на установку рекламной конструкции;
- ✓ выдавать органам власти обязательные для исполнения предписания об отмене или изменении актов, изданных ими и противоречащих законодательству о рекламе;
- ✓ обращаться в арбитражный суд с заявлениями о признании недействительными полностью или в части противоречащих законодательству о рекламе нормативных и ненормативных актов органов власти.



Регулирование страховой деятельности (1):

Закон №4015-1:

Орган страхового надзора осуществляет надзор в целях (п.1 ст. 30):

- соблюдения страхового законодательства,
- предупреждения и пресечения нарушений страхового законодательства,
- обеспечения защиты прав и законных интересов страхователей, иных заинтересованных лиц и государства,
- эффективного развития страхового дела



Регулирование страховой деятельности (2):

Орган страхового надзора и пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции на страховом рынке:

Ст. 31:

Предупреждение, ограничение и пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции на страховом рынке обеспечивается федеральным антимонопольным органом в соответствии с антимонопольным законодательством РФ.



Последствия нарушений и ответственность (1):

Последствия нарушения порядка предварительного согласования или уведомления (ст. 34):

- √ ликвидация либо реорганизация в форме выделения или разделения в судебном порядке по иску антимонопольного органа, если ее создание привело или может привести к ограничению конкуренции,
- √ сделки признаются недействительными в судебном порядке по иску антимонопольного органа, если ...,
- √ неисполнение предписания влечет признание сделок недействительными + административная ответственность



Последствия нарушений и ответственность (2):

Ответственность за нарушения:

- √ обязательность исполнения решений и предписаний антимонопольного органа (ст. 36),
- √ ответственность несут как субъекты, так и должностные лица (ст. 37),
- √ возможность принудительного выделения или разделения организации при систематическом нарушении и при условии (ст. 38):
 - возможности обособления структурных подразделений организации,
 - отсутствие технологически обусловленной взаимосвязи (напр., <35% потребляется структурными подразделениями организации),
 - существует возможность самостоятельной деятельности

Условия применяются совокупно



Последствия нарушений и ответственность (3):

Основания для возбуждения дела (ст. 39):

- √ информация из государственных органов,
- √ заявления юридических или физических лиц,
- √ обнаружение антимонопольным органом,
- √ сообщения средств массовой информации

Участники дела:

- √ заявитель,
- √ ответчик,
- √ заинтересованные лица



Последствия нарушений и ответственность (5):

Административная ответственность:

В КоАП предусмотрена ответственность за:

- ✓ неподачу ходатайств и уведомлений о совершении сделок экономической концентрации
- ✓ непредставление уведомлений о заключенных соглашениях
- ✓ непредставление информации в антимонопольный орган
- ✓ неисполнение предписания антимонопольного органа

*Поправки в КоАП ужесточают ответственность за нарушение антимонопольного законодательства
Поправки вступили в силу с 13 мая 2007 года.*



Последствия нарушений и ответственность (6):

Административная ответственность:

- √ Злоупотребление страховой организацией своим доминирующим положением **влечет**:
 - для должностных лиц **штраф от 150 до 200 МРОТ**
 - для страховых организаций **штраф от 1% - 15%** суммы выручки от реализации страховой услуги, но не более **2%** совокупной выручки страховщика
- √ Заключение соглашений и ведение согласованных действий, ограничивающих конкуренцию, **влечет**:
 - для должностных лиц **штраф от 170 до 200 МРОТ** или **дисквалификация** на срок до 3 лет
 - для страховых организаций **штраф от 1% - 15%** суммы выручки от реализации страховой услуги



Последствия нарушений и ответственность (7):

Административная ответственность:

- √ Недобросовестная конкуренция влечет:
 - для должностных лиц штраф от 150 до 200 МРОТ
 - для страховых организаций штраф от 1000 до 5000 МРОТ
- √ Недобросовестная конкуренция, связанная с использованием интеллектуальной собственности влечет:
 - для должностных лиц штраф 200 МРОТ или дисквалификация сроком до 3 лет
 - для страховых организаций штраф от 1% - 15% суммы выручки от реализации страховой услуги, но не менее 1000 МРОТ



Мониторинг законодательства предполагает (1):

- √ анализ **текущих** изменений законодательства, регулирующего страховую деятельность
- √ верификация бизнес-процессов компании, которые могут быть затронуты изменениями
- √ анализ внешних рисков компании, связанных с применением нового регулирования
- √ анализ внутренних рисков компании, связанных с применением нового регулирования
- √ принятие решения об адаптации соответствующего бизнес-процесса к новому регулированию
уровень внутрикорпоративных решений



Мониторинг законодательства предполагает (2):

- √ анализ перспективных изменений законодательства, регулирующего страховую деятельность
- √ определение сфер влияния изменений, универсальных для страхового сообщества
- √ анализ рисков, связанных с применением нового регулирования, универсальных для страхового сообщества в целом или определенного сегмента
- √ выработка законотворческих предложений и инициатив

уровень решений в рамках страхового сообщества



Элементы правовой безопасности ведения бизнеса (1):

- √ эффективная внутрикорпоративная коммуникация
- √ определение центра ответственности по выработке новых правил и процедур, описание новых элементов бизнес-процессов
- √ определение центра ответственности по внедрению новых правил и процедур
- √ определение центра осуществления контроля за порядком применения новых правил и процедур
- √ определение методов контроля за результатами применения новых правил и процедур
- √ принятие решения о применении новых правил и процедур

уровень превентивных мероприятий



Элементы правовой безопасности ведения бизнеса (2):

- √ идентификация несоответствий (нарушений) действующего законодательства
- √ определение природы и причины несоответствий (нарушений): разовые или систематические
- √ прогнозирование последствий и их оценка
- √ установление мер по устранению выявленных несоответствий (нарушений)
- √ своевременное реагирование на нарушения, выявленные в ходе проверок
- √ качественное реагирование на нарушения, выявленные в ходе проверок
уровень «реактивных» мероприятий



Методы контроля и верификации несоответствий:

- √ деятельность службы внутреннего контроля, построение системы внутренней ревизии
- √ выборочные и (или) целевые внутрикорпоративные проверки
- √ определение степени ответственности подотчетных лиц
- √ система внутрикорпоративного обучения
- √ надлежащее документирование результатов проверок и принятых решений
- √ создание системы IT верификации несоответствий



Примеры превентивных мероприятий в ответ на:

- √ изменения законодательства о рекламе
- √ изменения в антимонопольном регулировании



Примеры «реактивных» мероприятий:

- √ по итогам проведения внутренних проверок в компании
- √ по итогам проведения налоговых проверок
- √ по итогам проведения проверок органом страхового надзора
- √ по итогам проведения проверок службой финансового мониторинга
- √ по итогам обработки заявлений (жалоб) страхователей
- √ по итогам обобщения судебной практики страховщика и страхового рынка в целом