

СТРАХОВАНИЕ ИДЕНТИЧНОСТИ: КАК ФИЗИЧЕСКИЕ АТРИБУТЫ СТАНОВЯТСЯ КАПИТАЛОМ

Д.С. Рожко, 3 курс

Научный руководитель – О.В. Замана, старший преподаватель
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

В контексте эпохи постмодерна человеческое тело и его атрибуты перестают быть сугубо биологическими данностями, превращаясь в объекты целенаправленного конструирования, репрезентации и, что наиболее важно для данного исследования, экономической капитализации. Физические характеристики индивида, особенно в сферах публичной деятельности (шоу-бизнес, спорт, мода, политика), становятся неотъемлемой частью его бренда, генерируя потоки дохода и формируя значительный капитал [1, с.55]. Логическим следствием этого процесса является возникновение потребности в управлении рисками, связанными с утратой или повреждением этих личных "активов". Страхование отдельных частей тела знаменитостей, некогда воспринимавшееся как эксцентричный курьёз, сегодня может рассматриваться как маркер более глубокой тенденции – формирования специфического рынка "страхования идентичности". Целью настоящей статьи является проведение экономико-страхового анализа данного феномена, выявление его закономерностей, оценка потенциала и идентификация сопряжённых проблем. Информационной базой работы послужили научные публикации в области экономики, страхования, социологии, культурологии, данные страховых компаний и брокеров (в части общедоступной информации), материалы СМИ, освещающие случаи страхования знаменитостей. Ввиду отсутствия репрезентативных статистических данных по данному сегменту, количественный анализ носит преимущественно модельный характер.

Капитализация физических атрибутов укоренена в логике современной экономики внимания [2, с.13], где способность привлекать и удерживать внимание аудитории конвертируется в экономическую выгоду. Уникальные внешние данные, голос, физические способности или даже специфические черты (например, улыбка Джулии Робертс или ноги Рианны) становятся ключевыми элементами персонального бренда, обеспечивая конкурентное преимущество и генерируя доход через рекламные контракты, публичные выступления, продажи продуктов и т.д. Повреждение или утрата такого атрибута означает потенциальные медицинские расходы.

С точки зрения страховой теории, физические атрибуты, генерирующие доход, могут рассматриваться как специфический вид актива, подверженный риску случайной утраты или повреждения. Применимость классических принципов страхования (наличие страхового интереса, случайность и непреднамеренность события, возможность оценки ущерба, статистическая предсказуемость убытков) к данному объекту является предметом дискуссий [3, с.76]. Страховой интерес очевиден – он заключается в сохранении потока доходов, связанных с атрибутом. Существующая практика страхования частей тела, реализуемая преимущественно через специализированные синдикаты, такие как Lloyd's of London, не только подтверждает реальную осуществимость такого страхования, но также показывает его нишевый и зачастую эксклюзивный характер [4, с.59]. Примеры страхования ног топ-моделей (Хайди Клум – \$2.2 млн), голоса певцов (Брюс Спрингстин – 6,0 млн. долл. США), пальцев музыкантов (Кит Ричардс – 1,6 млн. долл. США) или даже вкусовых рецепторов дегустаторов (Эгон Ронай – 2,5 млн. долл. США) демонстрируют разнообразие объектов и высокие страховые суммы, отражающие их экономическую значимость для страхователей. Однако эти случаи часто носят характер "bespoke" (индивидуально разработанных) полисов, где оценка риска и премия определяются на основе экспертных оценок, а не стандартных актуарных таблиц.

Ключевым элементом методологии исследования выплат по страхованию идентичности является разработка концептуальной модели оценки экономической стоимости физического атрибута (Value of Physical Attribute (VPA)) и расчета страховой премии.

Предлагается следующая базовая формула для оценки VPA:

$$VPA = \sum [(E(I_A, t) - E(I_O, t)) / (1 + r)^t], \text{ где } t \text{ от } 1 \text{ до } n, \text{ где:}$$

VPA – Оценочная экономическая стоимость физического атрибута.

$E(I_A, t)$ – Ожидаемый доход индивида в году t при наличии и функционировании данного атрибута.

$E(I_O, t)$ – Ожидаемый доход индивида в году t в случае утраты/повреждения данного атрибута (учитывает возможность альтернативной деятельности).

r – Ставка дисконтирования, отражающая риск и временную стоимость денег.

n – Ожидаемый период генерации дохода с помощью данного атрибута (горизонт планирования).

Расчёт страховой премии (P) может базироваться на классической формуле, адаптированной к специфике объекта:

$$P = E(L) * (1 + \alpha) + AC + \pi, \text{ где:}$$

$E(L)$ – Ожидаемый убыток, равный произведению вероятности наступления страхового случая (p) на размер страховой суммы (S , которая может быть равна VPA или его части): $E(L) = p * S$.

α – Коэффициент нагрузки, учитывающий риск отклонения фактических убытков от ожидаемых (risk charge) и неопределённость оценки p .

AC – Административные расходы страховщика.

π – Планируемая прибыль страховщика.

Основная методологическая проблема заключается в оценке вероятности p (страховой премии). Ввиду уникальности объектов и отсутствия официальных статистических данных, p часто определяется на основе экспертных оценок, анализа образа жизни страхователя, мер по снижению риска и других косвенных факторов, что вносит значительный элемент субъективизма.

В условиях субъективности оценки вероятности p , обусловленной отсутствием официальных статистических данных и необходимостью опоры на экспертные оценки, анализ практики страхования уникальных объектов выявляет следующие закономерности:

- высокая концентрация: страхование частей тела сконцентрировано в индустриях с высокой зависимостью дохода от физических данных и публичного образа (шоу-бизнес, спорт, мода);
- значительные страховые суммы: суммы отражают не столько стоимость лечения или восстановления, сколько потенциальную потерю будущих доходов и ущерб бренду;
- специализированные страховщики: основными игроками являются крупные международные страховщики и синдикаты (Lloyd's), способные оценить и принять на себя нестандартные риски;
- индивидуальные условия: полисы разрабатываются индивидуально, учитывая специфику атрибута, образ жизни страхователя, географию его деятельности и другие факторы.
- высокая стоимость: страховые премии, как правило, значительно выше, чем для стандартных видов страхования.

Таким образом, применение предложенной модели оценки стоимости физического атрибута (VPA) и расчёта премии (P) позволяет структурировать процесс андеррайтинга, однако подчёркивает ключевые вызовы:

- неопределённость вероятности P (отсутствие актуарной статистики делает оценку P слабым звеном). Страховщики вынуждены полагаться на косвенные данные, что увеличивает риск ошибки и требует высоких надбавок за риск (α);
- моральный риск (существует теоретическая возможность умышленного причинения вреда застрахованному атрибуту с целью получения выплаты, особенно при высоких страховых суммах. Страховщики противодействуют этому через тщательный отбор клиентов, анализ мотивации, введение франшиз и исключений (например, для умышленных действий, опасных хобби));
- неблагоприятный отбор (вероятно, что за таким страхованием будут обращаться в первую очередь лица, субъективно оценивающие свой риск как высокий, что может привести к убыточности для страховщика, если премия не будет адекватно отражать этот повышенный риск).

В наше время физические атрибуты индивидов становятся ключевыми элементами их персонального бренда, способными генерировать значительный доход. Вследствие этого возникает потребность в страховании этих "активов" для защиты от финансовых потерь при их утрате или повреждении. Данная статья проанализировала феномен страхования идентичности.

Список использованных источников

1. Галахов, В. В. Основы страхового дела: учебник для вузов / В. В. Галахов. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2022. – 448 с. – (Высшее образование).
2. Skipper, H. D., Kwon, W. J. Risk Management and Insurance: Perspectives in a Global Economy / H. D. Skipper, W. J. Kwon. – Malden: Blackwell Publishing, 2021. – 483 p.

3. OECD. Life Insurance in the Global Market: Trends and Developments / OECD Publishing. – Paris: OECD, 2022. – 68 p. – DOI: 10.1787/insurance-life-2022-en.
4. Чернышёв, Е. А. Страхование жизни: современное состояние и перспективы развития / Е. А. Чернышёв // Финансы и кредит. – 2023. – № 11 (911). – С. 45–53.