

УДК 368:658



I. Г. АБЕРНІХІНА,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів,
Національна металургійна академія України



I. Г. СОКИРИНСЬКА,
кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри фінансів,
Національна металургійна академія України

ВИЗНАЧЕННЯ ФУНДАМЕНТАЛЬНИХ КАТЕГОРІЙ СТРАХОВОГО РИНКУ

В статті визначено основні підходи до сутності категорій «страховий продукт», «страховий товар», «страхова послуга». Проведено аналіз визначень зазначених категорій в сучасних наукових публікаціях. Зроблено висновок про існування багатополярності їх трактувань. Обґрунтовано необхідність дослідження даних категорій комплексно з метою встановлення їх взаємозв'язку. Розкрито сутність страхового продукту в рамках конкретного виду страхування та сутність відносин обміну між страховиком та страхувальником. Запропонований та наочно представлений процес перетворення страхового продукту на страховий товар та страхову послугу, що дозволило виділити три етапи надання та реалізації страхової послуги.

Ключові слова: страховий продукт, страховий товар, страхова послуга, відносини обміну в страхуванні, етапи надання та реалізації страхової послуги.

Постановка проблеми. Вітчизняний страховий ринок набув стрімкого розвитку наприкінці минулого століття і на сьогодні є сегментом ринку фінансових послуг, що активно розвивається. Багатополярність наукових досліджень та сучасна практика надання послуг в страховій сфері свідчать про відсутність чіткого визначення фундаментальних складових страхового ринку. Зокрема, дискусійними є питання застосування і розмежування таких категорій як «страховий продукт», «страховий товар», «страхова послуга». Основні дискусійні аспекти стосуються тотожності чи нетотожності зазначених категорій за змістом та формою, а також визначення серед них первинної за походженням.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сучасним науковим дослідженням щодо визначення фундаментальних складових страхового ринку присвячено публікації українських науковців, серед яких А. Г. Беспалова [1], О. Гаманкова [2], В. В. Мальцева [4], І. І. Мельничук [6], Л. М. Мартиненко [5], С. В. Скибінський [7], І. В. Фисун, О. В. Чернявська [8], В. І. Щербакова [9].

Формулювання цілей статті. Метою статті є науково-обґрунтоване уточнення категорій «страховий продукт», «страховий товар», «страхова послуга» і визначення їх взаємозв'язку та взаємозалежності.

Виклад основного матеріалу. Останнім часом опубліковано значну кількість досліджень, які присвячені визначенню, аналізу розбіжностей, виділенню наукових підходів до формулювання сутності, з'ясуванню специфічних характеристик та структури категорій «страховий продукт», «страховий товар», «страхова послуга».

Для з'ясування основних підходів до сутності зазначених категорій та з метою формування власної позиції авторами статті проведено узагальнення понятійного апарату за останніми науковими публікаціями (табл. 1 та табл. 2).

Таблиця 1

Визначення поняття «страховий продукт» в науковій вітчизняній літературі

Автор	Рік	Визначення поняття «страховий продукт»
С. В. Скибінський [7]	2007	страховий продукт – сума всіх благ, які страхова компанія може надати споживачам для задоволення їхніх потреб та з метою отримання прибутку
І. В. Фисун, О. В. Чернявська [8]	2010	страховий продукт – це результат діяльності страхової компанії з метою задоволення потреб страхувальників й отримання прибутку.
В. В. Мальцева [4]	2014	страховий продукт – це комплекс умов надання страхового захисту за окремим об'єктом чи групою об'єктів убезпечення, що зафіксований в угоді між страховиком та страхувальником та підкріплений відповідним обсягом коштів (страхових резервів), з яких має бути здійснена виплата страхувальнику, застрахованому чи вигодонабувачеві за умови настання страхового випадку
Л. М. Мартиненко [5]	2014	страховий продукт – це те, що створює страховик і пропонує потенційним страхувальникам. Цей продукт виступає у формі послуги
В. І. Щербакова [9]	2014	страховим продуктом є документально формалізований результат маркетингової, актуарної і внутрішньої аквізиційної роботи страхової компанії, спрямованої на задоволення існуючої або прогнозованої потреби в певній страховій послугі і отримання прибутку
І. І. Мельничук [6]	2015	страховий продукт є комплексом відносин щодо забезпечення захисту майнових інтересів громадян та юридичних осіб у разі настання страхових подій, визначених договором

Складено авторами за [4, 5, 6, 7, 8, 9].

Дані табл. 1 свідчать про те, що категорія «страховий продукт» характеризується певною багатополарністю в трактуванні різними дослідниками і представляється як:

- формалізований перелік зобов'язань страховика;
- документальне втілення у вигляді договору чи стандартизованого полісу;
- трирівнева маркетингова концепція товару;
- маркетингова категорія – елемент маркетинг-мікс страховика і базової складової страхової послуги.

Таблиця 2

Визначення поняття «страхова послуга» в наукових публікаціях

Автор	Рік	Визначення поняття «страхова послуга»
С. В. Скибінський [7]	2007	страхова послуга – це вид економічної діяльності, що створює цінність (корисний ефект) для споживача у вигляді страхового захисту та певні переваги (страхове відшкодування, додаткові послуги тощо) в результаті дій страховика (або його посередників) матеріального і нематеріального характеру, спрямованих на повне та якісне задоволення потреб страхувальника
О. Гаманкова [2]	2008	страхову послугу можна визначити як фінансову послугу у вигляді продажу юридично оформлених зобов'язань з надання страхового захисту, яку пропонують на ринку страховики потенційним страхувальникам
І. В. Фисун, О. В. Чернявська [8]	2010	страхова послуга являє собою специфічний товар, що реалізується страховиком на договірній основі за авансовані кошти страхувальника з метою отримання прибутку та задоволення потреб страхувальника щодо захисту його економічних інтересів від наслідків раптових несприятливих подій (страхових випадків)
В. І. Щербакова [9]	2014	страхова послуга — вид діяльності, спрямований на задоволення потреби страхувальника в страховому захисті, що знаходить своє втілення в особливому (страховому) товарі — страховій програмі, і що включає конкретизацію потреби страхувальника, страховий консалтинг, якісний супровід укладеного договору страхування
І. І. Мельничук [6]	2015	страхова послуга виступає як товар і є складовою страхового продукту
М. Ю. Клапків [3]	2016	страхова послуга – це діяльність, у процесі якої забезпечується якісний супровід основних фінансово-економічних завдань страхування: трансфер ризику, організація заощаджень страхувальниками та страховий консалтинг

Складено авторами за [2, 3, 6, 7, 8, 9].

Дані табл. 2 свідчать про те, що категорія «страхова послуга» також характеризується різновекторною спрямованістю в трактуванні окремими дослідниками. Серед визначень даної категорії можна виділити три вектори трактування «страхової послуги» як:

- виду економічної діяльності;
- специфічного товару;
- фінансової послуги.

Більшість дослідників розглядає в своїх працях лише одну-дві з трьох зазначених категорій. Категорія «страховий товар» окремо практично не досліджується, лише як допоміжний етап для з'ясування інших двох категорій.

Ми вважаємо, що ці категорії потрібно розглядати комплексно і пропонуємо проаналізувати всі три категорії та встановити їх взаємозалежність.

Для цього необхідно дослідити класичне визначення категорій «продукт», «товар», «послуга». В науковій класичній літературі під продуктом розуміється речовий або інтелектуальний результат людської праці, речовина, яка служить матеріалом для виготовлення або вироблення чого-небудь, а також товар, який задовольняє бажання чи потреби ринку. Загальною властивістю продукту на відміну від дарів природи є те, що в нього вкладена людська праця. Продукт може бути товаром, якщо він є об'єктом обміну. Продукти, виготовлені людиною для власного споживання, товарами не є [9].

Послуга визначається як дія або вчинок, що приносить користь чи допомогу іншому [9].

Товар – продукт природи і людської праці або тільки людської праці у матеріальній і нематеріальній субстанції та у формі послуг, який завдяки своїм властивостям здатен задовольняти наявні чи передбачувані суспільні потреби і призначений для обміну і купівлі-продажу; продукт праці, що виробляється не для власного споживання, а на продаж, а також матеріальні та нематеріальні активи, а також цінні папери та деривативи, що використовуються у будь-яких операціях, крім операцій з їх випуску (емісії) та погашення [9].

Враховуючі результати проведеного аналізу трактувань категорій «страховий продукт», «страховий товар», «страхова послуга» в наукових публікаціях українських вчених, а також класичне визначення первинних категорій «продукт», «товар», «послуга», авторами пропонується науково-обгрунтоване їх уточнення.

Під страховим продуктом ми пропонуємо розуміти інтелектуальний результат людської праці, який задовольняє бажання і потреби страхувальників в страховому захисті. В рамках видів страхування, на здійснення яких страховиком отримано ліцензію, страхова компанія розробляє страховий продукт, який конкретизується в відповідній програмі здійснення страхування (рис. 1).

Програма страхового продукту (страхування) містить:

- характеристику страхового покриття, тобто ризиків, що покриваються програмою (згідно з рис. 1 це перелік медичних витрат, які підлягають оплаті за основною та розширеною програмою страхування),

- страхову суму,
- страхові премії,
- валюту страхування,
- період страхування,
- вступний віку до програми страхування (за програмами страхування життя, пенсійного забезпечення)
- інші характеристики за необхідності.

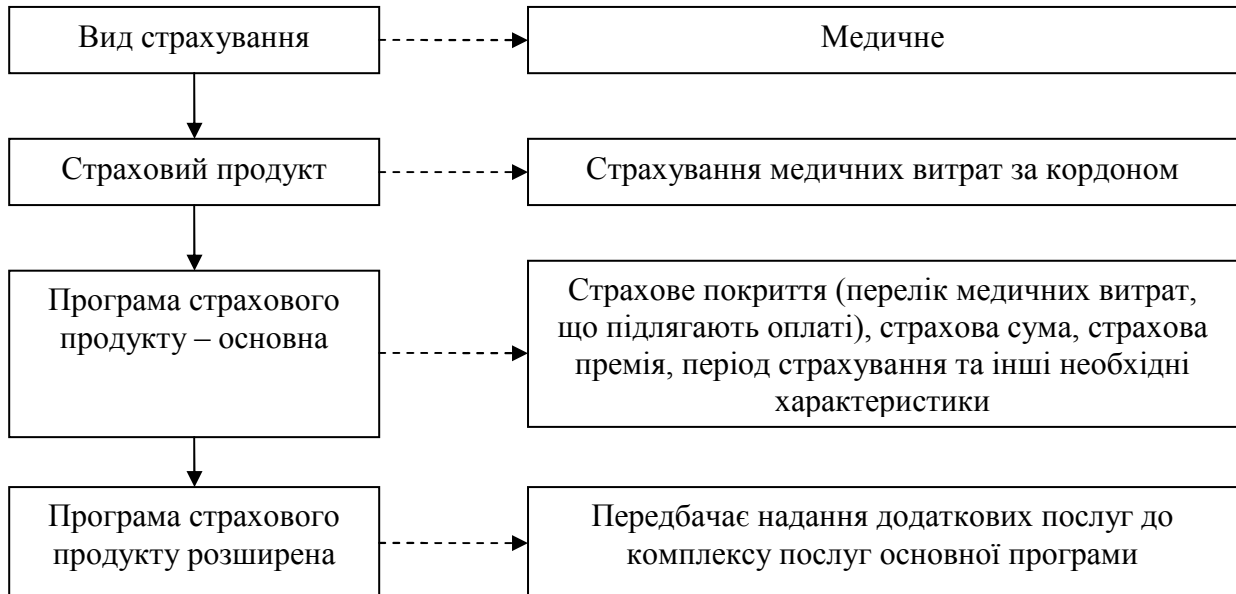


Рис. 1. Розкриття сутності страхового продукту в рамках конкретного виду страхування (Розроблено авторами)

Ми вважаємо, що об'єктами відносин обміну між страховиком та страхувальником є ризики страхувальника та страховий захист (рис. 2). Страховик приймає на себе ризики страхувальника за визначену плату (ціну страхового ризику) – страховий тариф, в обмін на надання страхового захисту.

Отже, страховим товаром, на нашу думку, є продукт людської праці у нематеріальній субстанції та у формі страхової послуги, який завдяки своїм властивостям здатний задовольнити потреби страхувальника та принести позитивний фінансовий результат страховикові.

Первинним з цих категорій є страховий продукт, який в процесі відносин обміну між страховиком та страхувальником стає товаром, що реалізується у формі страхових послуг. Страховий продукт при цьому не обов'язково стає страховим товаром. Моментом перетворення страхового продукту на страховий товар є момент початку дії договору страхування – момент внесення першого страхового платежу. Далі страховий товар починає реалізовуватись у формі страхової послуги.

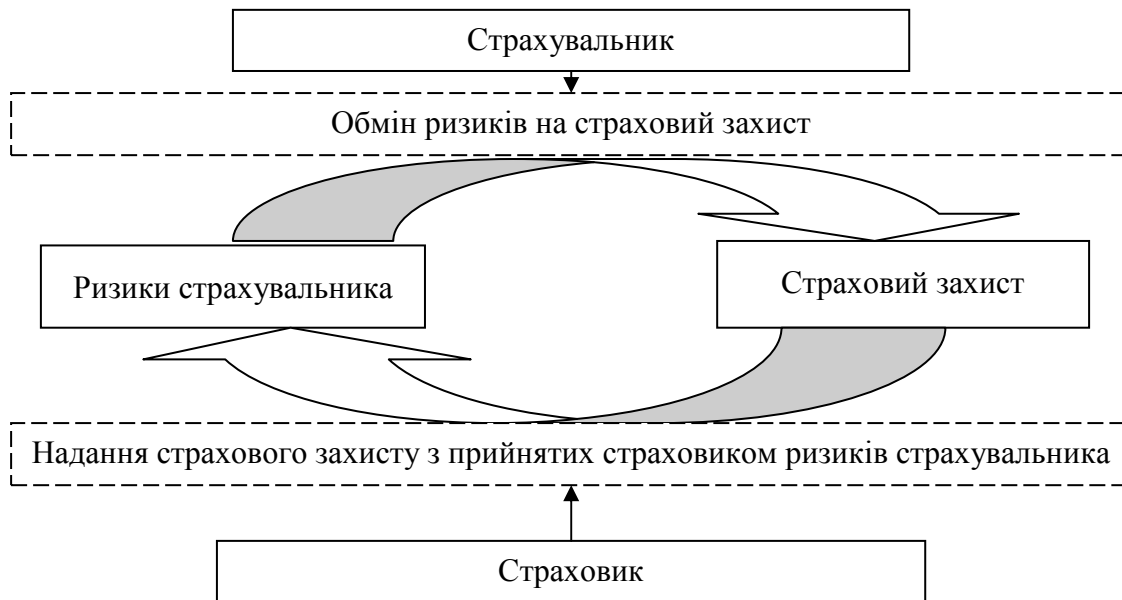


Рис. 2. Сутність відносин обміну між страховиком та страхувальником (Розроблено авторами)

Реалізація страхової послуги починається з укладання договору страхування і продовжується до закінчення строку його дії (рис. 3).

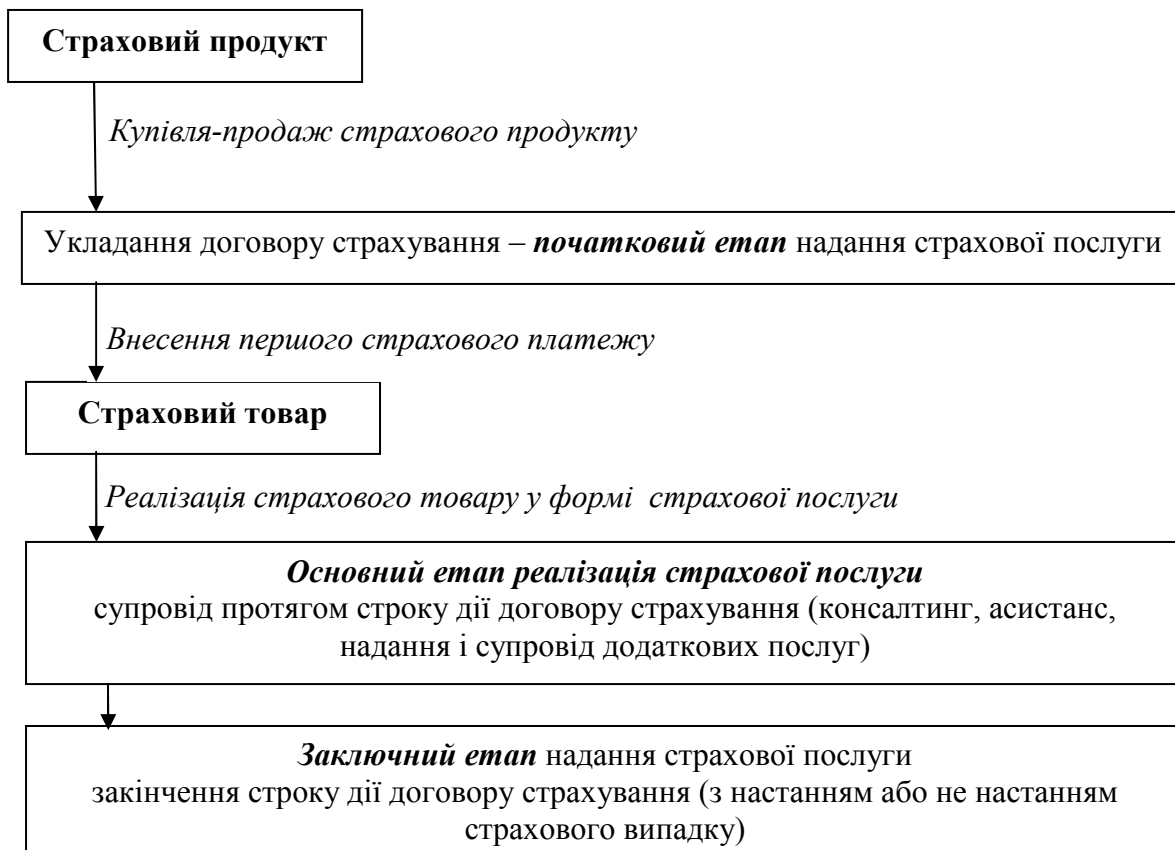


Рис. 3. Процес перетворення страхового продукту на страховий товар та страхову послугу (Розроблено авторами)

Таким чином, результати вищенаведеного дослідження свідчать, що поняття «страховий продукт», «страховий товар» та «страхова послуга» є взаємозалежними, та близькими за своїм економічним змістом, але не ідентичними.

В сучасних публікаціях науковцями багато уваги приділяється також виділенню та характеристиці особливостей страхової послуги порівняно з іншими видами послуг. Більшість науковців [1, 2, 3, 6, 7] погоджуються з тим, що страховим послугам, на відміну від товарів та інших послуг, притаманні певні специфічні характеристики, які вони умовно поділяють на загальні та специфічні. До загальних характеристик страхових послуг належать характеристики, властиві усім послугам. Структурування притаманних страховим послугам характеристик наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Характеристики страхових послуг

Загальні характеристики	Специфічні характеристики
1	2
невідчутність або нематеріальний характер - послуги неможливо продемонструвати, спробувати, відчути, транспортувати, упаковувати. Оскільки немає відчутних характеристик страхової послуги до початку її покупки, то ступінь невизначеності для страхувальника зростає	ймовірність настання страхового випадку - страхова послуга це обіцянка щодо виконання зобов'язань, передбачених угодою, якщо під час договору настануть страхові події
невіддільність від джерел (одночасність виробництва і споживання) - означає, що виробництво, продаж і споживання послуги відбуваються при особистій участі страховика. Послугу на відміну від товару не можна створити про запас. Надати страхову послугу можна тільки реально існуючому клієнтові	страхова послуга може бути надана в чинність вимог закону (в обов'язковому страхуванні), що принципово змінює схему здійснення добровільного обміну при покупці товару
непостійність якості (мінливість) - всі страхові послуги стають унікальними з того моменту, як вони реалізовані споживачеві. Саме своєрідність споживача страхової послуги, специфічність ризиків, переданих їм на страхування, індивідуальність його вимог щодо умов покриття ризиків і інші характеристики страхової угоди, визначають поняття якості страхової послуги. При цьому варто пам'ятати про сталість вимоги клієнтів до якості страхової послуги: повноти покриття збитків, швидкого врегулювання претензій, наявності додаткових послуг, пов'язаних з договором страхування. Якість у значній мірі залежить від страховика, часу й місця надання послуг, оскільки в кожного страховика своє відношення до виконання обов'язків	є нормативно регульована залежність пропозиції страхової послуги від фінансових можливостей страхової компанії. Страховим законодавством обмежений розмір власного утримання відповідальності за великими договорами, що пов'язане з принципом їх соціальної відповідальності як суб'єктів підприємницької діяльності

Продовження таблиці 3

1	2
<p>недовговічність (незбереженість) - неможливість збереження страхової послуги пов'язана з головним параметром угоди – тимчасовими границями страхових відносин. Виключення може становити тільки договір довічного страхування, у якому неможливо встановити дату його закінчення, але можна ввести умову щодо досягнення віку: наприклад, у страховому законодавстві Німеччини передбачено, що особам за договорами довічного страхування при досягненні віку 85 років виплачується страхова сума</p>	<p>ціна послуги визначається індивідуально: на умовах певних правил страхування різні договори оплачуються за індивідуальними цінами, розрахованими з урахуванням особливостей клієнта, ризику й інших факторів</p>
	<p>суб'єктивність в оцінці рівня ризику з боку його носія викликає необхідність проведення андеррайтингу ризику</p>
	<p>оплата страхової послуги не має зустрічного (співпадаючого в часі) руху економічного блага</p>
	<p>труднощі переконання в необхідності страхування. Впливають психологічні, соціальні, фінансові фактори й відношення людини до придбання страхового захисту</p>

Складено авторами за [1, 2, 3, 6, 7].

Поява нових тенденцій, факторів та видів ризиків передбачає необхідність розробки нових страхових послуг, які формуються відповідно до особливостей ризиків та вимог споживачів до механізму страхового захисту. З урахуванням сучасних тенденцій розвитку страхового ринку, можна виділити такі вимоги до надання страхової послуги:

- наявність суспільної корисності послуги – сформованого страхового інтересу;
- наявність і зміст ризикової частини страхової послуги, що реалізує страховий захист;
- наявність сервісної частини – оболонки послуги, що забезпечує реалізацію ризикової частини й надає привабливість пропонованому товару, забезпечує створення фірмової послуги, по якій компанії відрізняються одна від другої;
- страхова послуга повинна бути оптимізована з урахуванням передбачуваних каналів продажів, що визначає набір сервісних послуг для клієнтів. При цьому змінюється статус страхового посередника – із продавця послуг він перетворюється в консультанта з питань страхування;
- страхова послуга повинна бути вбудована в систему управління ризиком страхувальника: страховик не просто укладає договір страхування, а створює програму економічної безпеки клієнта, де певне місце відведене страховому захисту;

- страхова послуга повинна враховувати систему факторів зовнішнього оточення: стан економіки країни, її галузеву структуру, демографічну ситуацію, законодавство країни й інші чинники.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Таким чином, дослідження трактування сутності фундаментальних категорій «страховий продукт», «страховий товар» та «страхова послуга» й відповідне науково-обґрунтоване їх уточнення дозволило авторам встановити чітку взаємозалежність між ними, окреслити послідовний зв'язок цих категорій та їх трансформацію в процесі взаємовідносин між страховиком та страхувальником у відповідності до їх уточненого економічного змісту.

Наочно представлений процес перетворення страхового продукту на страховий товар та страхову послугу дозволив виділити три етапи надання та реалізації страхової послуги.

Перспективами подальших досліджень авторів є аналіз факторів розвитку ринку страхових послуг з урахуванням новацій в страховому секторі, а також розробка системи якісних показників оцінки фінансової надійності страхових послуг.

Список використаної літератури

1. Беспалова А. Г. Сучасні вимоги до страхових послуг / А. Г. Беспалова // *Фінанси, облік, банки*. – 2016. – № 1. – С. 43–53.
2. Гаманкова О. Страхова послуга як продукт діяльності страхових компаній в умовах ринку / О. Гаманкова // *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. – 2008. – № 104. – С. 16–19.
3. Клапків Ю. М. Економічна природа "страхового продукту" та "страхової послуги" / Ю. М. Клапків, В. В. Тринчук // *Економіка, фінанси, право*. – 2016. – № 8. – С. 34–39.
4. Мальцева В. В. Страховий продукт: визначення, структура та характеристики якості / В. В. Мальцева // *Економічний вісник Донбасу*. – 2014. – № 1. – С. 93–98.
5. Мартиненко Л. М. Стратегічні орієнтири розвитку страхового ринку України: дис. канд. ек. наук: 08.00.08 / Л. М. Мартиненко. – Донецьк, 2014. – 216 с.
6. Мельничук І. І. Облік та аудит фінансових результатів страхової діяльності: дис. канд. ек. наук : 08.00.09 / І. І. Мельничук. – Київ, 2015. – 243 с.
7. Скибінський С. В. Поняття страхової послуги, її специфіка та характеристики / С. В. Скибінський, Н. Р. Балук // *Науковий вісник Національний лісотехнічний університет України*. – 2007. – № 18. – С. 156–165.

8. Фісун І. В. Сутність страхової послуги як товару на страховому ринку / І. В. Фісун, О. В. Чернявська // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2010. – № 2. – С. 178–183.

9. Щербакова В. І. Від страхового продукту до страхової послуги: визначення об'єкта страхового ринку / В. І. Щербакова // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2014. – № 3. – С. 50–58.

References

1. Bespalova, A. H. (2016), “Modern requirements for insurance services”, *Finansy, oblik, banky*, vol. 1, pp. 43–53.

2. Hamankova, O. (2008), “Insurance service as a product of the activity of insurance companies in the market conditions”, *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*, vol. 104, pp. 16–19.

3. Klapkiv, Yu. M. and Trynchuk, V. V. (2016), “The economic nature of the "insurance product" and "insurance service"”, *Ekonomika, finansy, pravo*, vol. 8, pp. 34–39.

4. Maltseva, V. V. (2014), “Insurance product: definition, structure and characteristics of quality”, *Ekonomichnyi visnyk Donbasu*, vol. 1, pp. 93–98.

5. Martynenko, L. M. (2014), *Stratehichni oriientyry rozvytku strakhovoho rynku Ukrainy* [Strategic benchmarks for the development of the Ukraine insurance market] (Unpublished PhD's thesis), Donetskyy derzhavnyi universytet upravlinnia, Donetsk, Ukraine.

6. Melnychuk, I. I. (2015), *Oblik ta audyt finansovykh rezultativ strakhovoi diialnosti* [Accounting and audit of the insurance activity financial results] (Unpublished PhD's thesis), Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy Natsionalna akademiia statystyky, obliku ta audytu, Kyiv, Ukraine.

7. Skybinskyi, S. V. and Baluk, N. R. (2007), “The concept of insurance service, its specifics and characteristics”, *Naukovyi visnyk Natsionalnyi lisotekhnichnyi universytet Ukrainy*, vol. 18, pp. 156–165.

8. Fisun, I. V. and Cherniavska, O. V. (2010), “The essence of the insurance service as a commodity in the insurance market”, *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy*, vol. 2, pp. 178–183.

9. Shcherbakova, V. I. (2014), “From the insurance product to the insurance service: the definition of the object of the insurance market”, *Visnyk Vinnytskoho politekhnichnoho instytutu*, vol. 3, pp. 50–58.

Abernikhina I., Ph.D. in Economics, Associate Professor; Sokyrynska I., Ph.D. in Economics, Associate Professor, National Metallurgical Academy of Ukraine

Determination of the insurance market fundamental categories

The article defines the main approaches to the essence of the categories "insurance product", "insurance goods", "insurance service". The analysis of these categories definitions in modern scientific publications has been carried out. The conclusion about the existence of multipolarity of their interpretations is made. The necessity of complex researching these categories in order to establish their interconnection is substantiated. The essence of the insurance product within the framework of a specific insurance type and the essence of the exchange relations between the insurer and the insured are disclosed. The process of transformation of an insurance product into an insurance goods and an insurance service is proposed and graphically represented. It made possible to allocate three specific stages of the insurance services provision and implementation.

Key words: insurance product, insurance goods, insurance service, exchange relations in insurance, stages of provision and implementation of insurance services.

Абернихина И.Г., к.э.н., доцент, Сокиринская И.Г., к.э.н., доцент, Национальная металлургическая академия Украины

Определение фундаментальных категорий страхового рынка

В статье определены основные подходы к сущности категорий «страховой продукт», «страховой товар», «страховая услуга». Проведен анализ определений указанных категорий в современных научных публикациях. Сделан вывод о существовании многополярности их трактовок. Обоснована необходимость исследования данных категорий комплексно с целью установления их взаимосвязи. Раскрыта сущность страхового продукта в рамках конкретного вида страхования и сущность отношений обмена между страховщиком и страхователем. Предложен и наглядно представлен процесс преобразования страхового продукта на страховой товар и страховую услугу, что позволило выделить три этапа предоставления и реализации страховой услуги.

Ключевые слова: страховой продукт, страховой товар, страховая услуга, отношения обмена в страховании, этапы предоставления и реализации страховой услуги.