

УДК 336.226

Сухонос С.Л.

## СТРАХОВА ПОСЛУГА ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

У статті на основі теоретико-методичного аналізу наукового доробку вітчизняних та зарубіжних науковців зроблено ряд висновків щодо трактування основних понять термінологічного апарату страхування та визначено логічний взаємозв'язок між дефініціями «страховий продукт», «страховий договір», «страхова послуга», що є необхідним етапом пізнання функціонування ринку страхових послуг.

**Ключові слова:** страховий продукт, страховий договір, страхова послуга, ринок страхових послуг.

**Постановка проблеми.** Ринок страхових послуг відіграє головну функцію у створенні ефективної системи захисту як держави, так і окремих його громадян. Сьогодні ринкові трансформації та вплив світової фінансово-економічної кризи на економіку України сприяли підвищенню практичної значимості страхового захисту. Потребують подальшого вивчення й теоретико-методичні аспекти страхування. В сучасній фінансовій науці недостатньо уваги приділено вивченню економічного змісту страхової послуги, разом із поняттям «страхова послуга» використовуються як тотожні поняття «страховий продукт», «страховий товар», не до кінця визначено сутність поняття «ринок страхових послуг» та не існує єдиної думки щодо його ідентифікації. Отже, необхідність подальшого вивчення теоретичного підґрунтя страхової послуги та її практичного значення зумовили актуальність даної роботи.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивченню страхової послуги як фінансової послуги присвятила свої праці О. Гаманкова. У науковій праці В. Базилевича та К. Базилевич пропонується визначення як економічної категорії понять «страховий продукт», «страховий договір», «страхова послуга». Т. Ротова і Л. Руденко у своїх наукових працях зазначають, що страхова послуга є складовою страхового продукту, який, у свою чергу, є набором основних і допоміжних послуг, що надаються страхувальнику при виконанні договору страхування. Західні вчені Г. Армстронг, Ф. Котлер та російські вчені А. Крутик, Т. Никітіна займають позицію щодо ідентичності трактування понять «страховий товар» і «страхова послуга». Тому більш ґрунтовного вивчення потребують визначення основних понять страхування як економічної категорії, зокрема страхової послуги.

**Метою статті** є подальше вивчення теоретичного підґрунтя щодо визначення економічної сутності дефініцій «страховий продукт», «страховий договір», «страхова послуга».

**Виклад основного матеріалу.** З метою визначення сутності поняття «страхова послуга» необхідно розглянути різні наукові підходи до визначення даного поняття. Послуги у сфері страхування належать до фінансових послуг. Згідно з Законом України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» фінансова послуга – це операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок третіх осіб, а у випадках, передбачених законодавством, – і за рахунок залучення від інших осіб фінансових активів, з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів. Фінансові послуги надаються фінансовими установами [1]. Фінансово-економічний словник визначає, що «послуга страхова – товар, який страхова компанія надає страхувальникові за певну плату (страхову премію)», а товар визначається як: об'єкт купівлі-продажу, ринкових відносин між продавцем і покупцем [2, с. 443, 573]. На нашу думку, дане визначення страхової послуги є по-перше; дещо спрощеним і не відображає особливості її формування, а по-друге; у визначенні не враховано все розмаїття видів страхових премій, товар визначається як продукт виробничо-економічної діяльності й не охоплює сферу фінансової послуги.

Дещо інший підхід до дефініції даних термінів у сучасному тлумачному словнику російської мови, а саме: «1) послуга – дія, що приносить допомогу, користь іншому; 2) робота, що виконується для задоволення потреб будь-кого, товар визначено як «все, що є предметом торгівлі, купівлі-продажу» [3, с. 876, 832]. У даному випадку послуга трактується як дія і може характеризувати відносини купівлі-продажу між страховиком і страхувальником, результатом яких є отримання страхувальником страхової послуги. Поняття «страховий товар» ідентифікується як предмет, що пропонує страховик і який є об'єктом купівлі-продажу. Але, відомо, що страховики на ринку продають нематеріальний товар. На думку західних фахівців, «...страховики не продають ніякого матеріального продукту. Їх продукт може бути кваліфікований як «невидима діяльність» у термінах міжнародної торгівлі. Поняття «послуги» є фундаментальним у страхуванні» [4, с. 25–26].

Західні вчені Г. Армстронг та Ф. Котлер пропонують таке визначення товару: «Товаром ми називаємо все, що можна запропонувати на ринку для задоволення потреб та вимог. Поняття товару не обмежується лише фізичними об'єктами; все, що здатне задовольнити певну потребу, можна назвати товаром. Крім фізичних об'єктів, до товарів відносяться й послуги, тобто дії чи вигода, яку може отримати споживач» [5, с. 27].

На думку О. Гаманковой [6, с. 8–11], на страховому ринку об'єктом купівлі-продажу є послуги, а саме фінансові послуги у сфері страхування. Вчений визначає страхову послугу як «фінансову послугу у вигляді продажу юридично оформлених зобов'язань з надання страхового захисту, яку пропонують на ринку страховики потенційним страхувальникам». Російські вчені А. Крутик, та Т. Никітіна займають таку позицію: «Одна вартість, що виражена через ціну і споживчу вартість, робить страхову послугу страховим товаром – універсальним в умовах ринку засобом, що задовольняє інтереси

усіх учасників страхового ринку» [13, с. 10]. Ми не погоджуємося із ідентичністю трактування понять «страховий товар» і «страхова послуга», на нашу думку, коректніше замість поняття «страховий товар» використовувати поняття «страховий продукт», що за змістом відповідає поняттю «види страхування».

Таким чином, робимо висновок, що поняття «страхова послуга» необхідно розкривати як дію, процес, в результаті якого не створюється новий матеріально-речовий продукт, а змінюється його якість, тобто це послуги, що надаються не у вигляді речей, а у формі діяльності. Поняття «товар» з точки зору страхування ідентифікуємо як предмет, що виробляє страховик і який він у вигляді страхової послуги може надати страхувальнику.

Деякі науковці схильні ототожнювати поняття «страхова послуга» та «страховий продукт», тому потребують аналізу сучасні наукові підходи до розуміння цих понять. З цією метою простежимо трактування поняття «продукт». У сучасному тлумачному словнику російської мови продукт визначається як предмет – результат людської праці [3, с. 630]. У фінансово-економічному словнику запропоновано таке визначення продукту: «набір благ (товарів, робіт, послуг)»; визначення продукту страхового надається в такій редакції: «матеріально оформлений засіб страхового захисту – договір страхування, страховий поліс, «зелена карта», пенсійний договір тощо» [2, с. 462]. Отже, у даному випадку страховий продукт ототожнюється із поняттям «договір страхування», «страховий поліс». У свою чергу, «договір страхування» – угода між страхувальником і страховиком, яка регламентує їх взаємні зобов'язання відповідно до умов певного виду страхування [2, с. 159]. Даний аналіз дозволив виявити логічний ланцюжок між поняттями «страховий продукт» – «страховий договір» – «страхова послуга».

У словнику страховика договір страхування визначається як угода, згідно з якою страховик приймає на себе зобов'язання за визначене винагородження відшкодувати збитки страхувальника відповідно до обумовлених у договорі випадків [7, с. 78]. У науковій праці під редакцією С. Осадця договір страхування визначається як угода між страхувальником і страховиком, яка передбачає зобов'язання страховика в разі настання страхового випадку здійснити страхову виплату страхувальникові або іншій особі, на користь якої укладено договір, а страхувальник зобов'язується сплатити страхову премію у визначені строки [8, с. 483]. Дефініція терміна «договір страхування» у науковій праці Н. Никуліної і С. Березіної теж акцентує увагу на двосторонній угоді між страховиком і страхувальником та обов'язках цих сторін [9, с. 495].

Можна зробити висновок, що результатом праці страховика, товаром, який він пропонує на страховому ринку, є страховий договір. У той же час не можна погодитись із ідентичністю понять «страховий договір» і «страховий поліс». Поліс страховий – документ страхової організації (страховика) що підтверджує угоду про страхування. Видається страховиком страхувальнику після укладання угоди [8, с. 499]. У науковій праці В. Базилевича та К. Базилевич пропонується таке визначення: «страхове свідоцтво (страховий поліс)» – документ, що засвідчує факт страхування відповідно до правил

страхування [10, с. 37]. Фінансово-економічний словник дає таке визначення страхового полісу: «документ (звичайно іменний), що посвідчує укладання договору особистого чи майнового страхування. Містить перелік ризиків страхування та умови відшкодування втрат у разі настання страхового випадку, передбаченого договором страхування. Видається страхувальникові.» [2, с. 433]. У цьому визначенні, на нашу думку, найбільш чітко й логічно визначено поняття «страховий поліс», вказано на зміст та функції даного документу. Всі проаналізовані визначення об'єднує висновок, що страховий поліс є документом, тому він не є страховим продуктом, а лише письмовою угодою, що супроводжує договір страхування.

У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі існує декілька підходів до визначення та ідентифікації понять «страхова послуга» та «страховий продукт». Деякі вітчизняні та зарубіжні науковці (С. Осадець, Т. Яворська, А. Крутик, Т. Никітіна) вважають ці терміни ідентичними за змістом. У науковій праці під редакцією С. Осадця запропоновано таке визначення страхового продукту (послуги): комплекс цивільно-правових відносин щодо захисту інтересів громадян та юридичних осіб у разі настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством [11, с. 143]. На нашу думку, дане визначення є дещо узагальнюючим і може характеризувати такі поняття як «страхування», «страхова послуга», «страховий продукт» у той же час не повною мірою розкриває їх сутність. Т. Яворська вважає, ці два терміни не мають принципової різниці та є близькими за своїм економічним змістом, відмінність полягає лише в тому, з позиції страхової компанії (страховика) чи клієнта (страхувальника) їх розглядати [12, с. 37]. Ми вважаємо, що в процесі формування правовідносин між страховиком і страхувальником будь-який термін в страхуванні повинен однаково тлумачитись як з точки зору страховика, так і страхувальника. Іншу позицію у визначенні понять «страхова послуга» та «страховий продукт» займають вітчизняні науковці Т. Ротова і Л. Руденко, які вважають, що страхова послуга є складовою страхового продукту, який у свою чергу, є набором основних і допоміжних послуг, що надаються страхувальнику при виконанні договору страхування [14, с. 94]. Отже, у цьому визначенні поняття «страхової послуги» має другорядне значення і є похідною від поняття «страховий продукт». Ми не погоджуємося із даною концепцією, оскільки страховий продукт ми розглядаємо як предмет, який реалізує страховик, а страхову послугу як форму діяльності.

Діаметрально протилежний підхід, який співпадає з авторською точкою зору, має вітчизняний науковець В. Тринчук, який вважає, що страхова послуга є втіленням і практичною реалізацією конкретних продуктів страхової компанії, у зв'язку з чим вона завжди індивідуальна [15, с. 3–4]. Подібної думки дотримується М.Александрова, яка вважає, що в сучасних умовах досить часто при здійсненні процесу страхування застосовуються терміни «страхові продукти» та «страхові послуги». В науковій літературі широко застосовуються обидва терміни, замінюючи один одного. А це, на думку М. Александрової, призводить до таких негативних моментів: коли мова йде

про реалізацію страхових продуктів, то складається враження про існування особливого товару, хоча страхування як економічна категорія нічого не створює, а виконує захисну функцію шляхом мобілізації та перерозподілу фінансових ресурсів; за допомогою страхування реалізується страховий захист не тільки матеріальний у страховому фонді, а й в інших фондах страховика [16, с. 108].

Отже, можна зробити висновок, що при визначенні конкретного виду страхування більш коректним є використання терміна «страховий продукт», а поняття «страхова послуга» є дещо ширшим і включає в себе значний спектр інших операцій, пов'язаних із страхуванням.

Західними та вітчизняними науковцями розглядаються різні концепції «страхового продукту»: компенсаційна концепція, яка передбачає, що основою страхового продукту є так звана ризикова компенсація з боку страховика; інформаційна концепція, згідно з якою будь-який страховий продукт є певним обсягом інформації, що містить умови видачі страхової гарантії; концепція 3-х рівневого продукту, яка виділяє три підсистеми: фінансову, технічну та соціальну; концепція Д. Фарні, який вважає, що страховий продукт є системою, яка містить у собі ризикову, нагромаджувальну та забезпечувальну підсистеми. У вітчизняній літературі теж приділена увага цим концепціям [17, с. 33–35].

Наведений вище аналіз дозволяє зробити висновок, що поняття «страховий продукт» і «страхова послуга» мають різні значення, але є взаємозв'язаними – страхувальник не отримає страхової послуги без наявності страхового продукту.

В. Пліса у своїй науковій праці наводить структурно-логічну схему відносин страховика й страхувальника, в якій вчений чітко розрізняє поняття «страховий продукт», «страхові угоди», «страхові послуги» за їх походженням і функціональним призначенням [18, с.24].

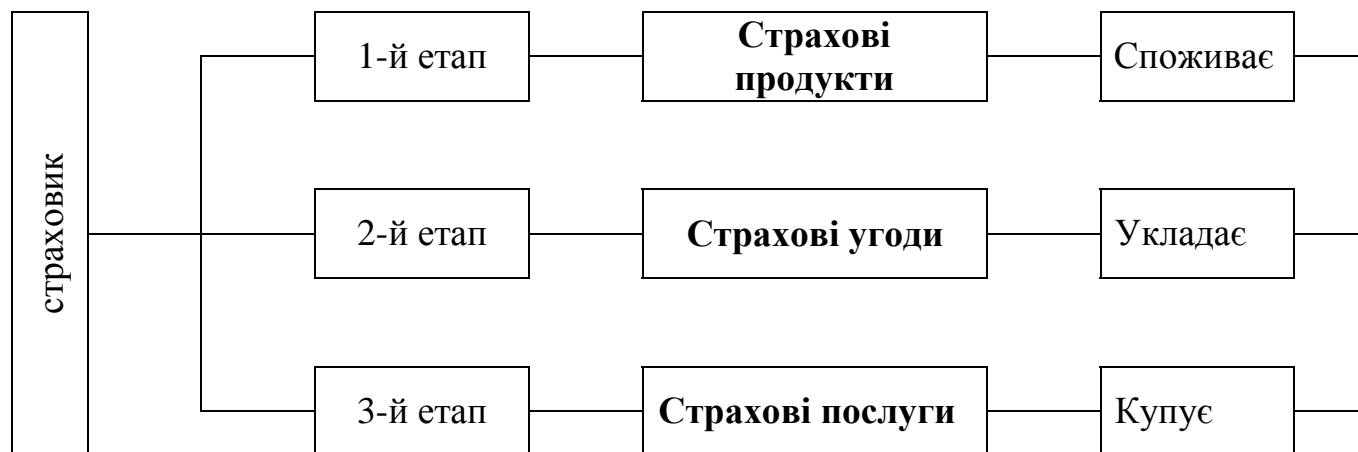
На нашу думку, дана теорія потребує подальшого розвитку. З метою чіткого визначення і розмежування вищезгаданих понять, автор пропонує доповнити існуючі підсистеми «страхового продукту» поняттям «етапи трансформації і реалізації страхового продукту» (рис. 1), а саме:

1-й етап – процес формування та створення страхового продукту страховиком;

2-й етап – процес реалізації та оформлення страхового продукту у вигляді страхової угоди з усіма необхідними атрибутами;

3-й етап – процес реалізації страхового продукту від страховика страхувальнику у вигляді страхової послуги.

Таким чином, поняття «страховий продукт» не включає поняття «страхова послуга». Ці поняття мають різне призначення, функції і потребують індивідуального визначення. На нашу думку, «страховий продукт»: це продукт страхової діяльності страховика, який характеризується видами й формами страхування, при купівлі-продажу оформлюється у вигляді страхової угоди та трансформується у страхову послугу.



**Рис. 1. Етапи трансформації і реалізації страхового продукту, укладання угоди та придбання послуги**  
автором

Ідентифікація економічної сутності страхової послуги виявила необхідність вдосконалення визначення даного поняття. С. Єфімов визначає страхову послугу як перелік видів договорів страхування, за якими працює певний страховик [19, с. 273]. Б. Грищенко вважає, що прелімінарним є страхова послуга, похідною від неї – страховий продукт [20], з чим ми не погоджуємося. З точки зору Т. Яворської, страхова послуга – це кінцевий результат діяльності страхової компанії щодо задоволення потреб клієнтів, пов'язаних із захистом їх майнових та особистих інтересів [12, с.37]. Дане визначення співпадає з думкою автора, але не охоплює того, що страхова послуга є фінансовою послугою. С.Митрофанов зазначає, що страхова послуга є процесом взаємовідносин між страховиком, страхувальником, посередником із сервісною компанією, який спрямований на задоволення потреб страхувальника в захисті майнових інтересів, завдяки перерозподілу ризику та фінансуванню відновлювальних робіт [21, с. 40–41]. На нашу думку, автор в поняття «страхова послуга» вкладає функції їй (послузі) не притаманні, зокрема, посередницька, перерозподільна, відновлювальна. З нашої точки зору, найбільш вдалим є визначення страхової послуги в редакції О. Гаманкової: «...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 [6, с. 11]. По-перше: в цьому визначенні акцентовано увагу на тому, що страхова послуга є фінансовою послугою; по-друге: визначено функціональне призначення страхової послуги та суб'єкти купівлі-продажу страхової послуги.

Аналіз наукового доробку вітчизняних та зарубіжних науковців в галузі методологічного підходу до визначення поняття «страхова послуга» дозволив запропонувати нам таке авторське її визначення: специфічна фінансова

послуга, яку пропонує страховик страхувальнику на ринку страхових послуг з метою страхового захисту.

**Висновки.** Системний аналіз наукових підходів до визначення таких першорядних понять, як «страховий продукт» та «страхова послуга» дозволив зробити висновок, що ці поняття мають різну економічну сутність і потребують індивідуального визначення. Доведено, що страховий продукт є результатом діяльності страховика, купівля-продаж страхового продукту оформлюється у вигляді страхової угоди і трансформується у страхову послугу. Термінологічний аналіз виявив наявність логічного взаємозв'язку між поняттями «страховий продукт» – «страховий договір» – страхова послуга», що дозволило доповнити існуючі підсистеми «страхового продукту» поняттями «етапи трансформації і реалізації страхового продукту» та визначити сутність та функцію кожного етапу. Аналіз методичних підходів до трактування дефініції «страхова послуга» дозволив ідентифікувати її як фінансову послугу, яку пропонує страховик страхувальнику на ринку страхових послуг з метою страхового захисту.

#### Список використаних джерел

1. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України від 12 липня 2001 р. № 2664–III. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
2. Загородній А.Г. Фінансово-економічний словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, Т.С. Смовженко. – Львів: Видав. Нац. універ. «Львівська політехніка», 2005. – 714 с.
3. Современный толковый словарь русского языка / [Гл. ред. С.А. Кузнецов]. – М.: Ридерз Дайджест, 2004. – 960 с.
4. Страхование: принципы и практика / [пер. с англ. Составитель Д.Бланд]. – М.: Финансы и статистика, 1998. – С. 25–26.
5. Армстронг Г. Маркетинг. Загальний курс, 5 – те видання [пер. з англ.: Уч. пос.] / Г. Армстронг, Ф. Котлер.– М.: Видавничий дім «Вільямс», 2001. – 608 с.
6. Страхові послуги: підручник / [С.С. Осадець, Т.М. Артюх, О.О.Гаманкова та ін.]; Кер. авт. кол. й наук. ред. проф. С.С. Осадець і доц. Т.М. Артюх. – К.: КНЕУ, 2007. – 464 с.
7. Словарь страховщика / [С.Л. Ефимов, Л.Ш. Лозовский, Б.А. Райзберг, А.А. Ратновский ]. – М.: ОАО «НПО «Издательство «Экономика», 2000. – 322 с.
8. Страхування: підручник / [Керів. авт. кол. і наук. ред. С.С. Осадець, д – р, екон. наук, проф. ]. – К.: КНЕУ, 1998. – 528 с.
9. Никулина Н.Н. Страхование. [Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов] / Н.Н. Никулина, С.В. Березина. – 2 – е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2007. – 511 с.
10. Базилевич В.Д. Страхова справа / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич. – 4-е вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2005. – 351 с.

11. Страхування: підручник / [Керів. авт. кол. і наук. ред. С.С. Осадець, 2 – ге вид., перероб. і доп. ] – К.: КНЕУ, 2002. – 599 с.
12. Яворська Т.В. Страхові послуги: навч. посіб./ Т.В. Яворська. – К.: Знання, 2008. – 350 с.
13. Крутик А.Б. Страхование: учебное пособие. / А.Б. Крутик, Т.В. Никитина–СПб.: Изд – во Михайлова В.А., 2001. – 256 с.
14. Ротова Т.А. Страхування: навч. посіб. / Т.А. Ротова, Л.С. Руденко – К.: Київ, Нац. торг. – екон. ун – т, 2001. – 400 с.
15. Тринчук В.В. Формування та розвиток маркетингу страхових компаній: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.06.01. / В.В. Тринчук – К.: Київ. Нац. торг. – екон. у – т, 2005. – 21 с.
16. Александрова М.М. Страхування: навчально-методичний посібник / М.М. Александрова – К.: ЦУЛ, 2002 – 208 с.
17. Говорушко Т.А. Страхові послуги: навчальний посібник / Т.А. Говорушко – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 400 с.
18. Плиса В.Й. Страхування: навч. посібник. 2 – е вид. / В.Й. Плиса– К.: Каравела, 2008. – 392 с.
19. Ефимов С.Л. Деловая практика страхового агента и брокера / С.Л. Ефимов – М.: Страховой полис, ЮНИТИ, 1996. – С. 273.
20. Грищенко Б.В. К вопросу формирования страхового продукта / Б.Грищенко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ec.asu.ru/lib/formю.strakh.pdf>.
21. Митрофанов С. Маркетинговые коммуникации в страховании: от управления коммуникациями – к управлению качеством / С. Митрофанов // Маркетинговые коммуникации. – 2003. – № 4. – С. 40–41.

*Подано до редакції 8 червня 2011 року*

**Сухонос С.Л.**

***Страховая услуга как экономическая категория***

*В статье на основе теоретико-методического анализа научного наследия отечественных и зарубежных ученых сделан ряд выводов, относительно трактовки основных понятий терминологического аппарата страхования и определена логическая взаимосвязь между дефинициями «страховой продукт», «страховой договор», «страховая услуга», что является необходимым этапом познания функционирования рынка страховых услуг.*

**Ключевые слова:** *страховой продукт, страховой договор, страховая услуга, рынок страховых услуг.*

**Suhonos S.L.**

***Insurance service as an economic category***

*On the basis of theoretical and methodological analysis of scientific works of domestic and foreign scientists made a number of conclusions regarding the interpretation of basic concepts and terminology of insurance and defined logical relationship between the definition of "insurance product", "insurance contract",*



*"insurance service", which is necessary stage of cognition functioning insurance market.*

**Keywords:** *insurance product, insurance contract, insurance service, insurance market.*

*Сухонос Світлана Лексівна – здобувач кафедри фінансових ринків та фінансових послуг Національного університету державної податкової служби України.*