

**Кнейслер О.В.**  
**Украина, г. Тернополь,**  
**Тернопольский национальный**  
**экономический университет**

## **Перестраховочная услуга как структурообразующий элемент рынка перестрахования**

Рынок перестрахования является новой формой организации экономических отношений в страховом секторе экономики страны и новым для отечественной экономической науки понятием. Следовательно, теоретико-методологические основы рынка перестрахования еще не сформированы и требуют исследования. В данном контексте особую актуальность приобретает вопрос о трактовке дефиниции "перестраховочная услуга", которая, по нашему мнению, является структурообразующим элементом перестраховочных отношений, а соответственно и рынка перестрахования. Специфику перестраховочной услуги определяют особенности предмета перестрахования - защита имущественных интересов страховщика по выполнению им страховых обязательств согласно договору страхования с целью сбалансирования портфеля страховых рисков, обеспечения рентабельности страховых операций и финансовой устойчивости. Именно на рынке перестрахования формируется спрос на перестраховочную услугу, поскольку существует объективная потребность в перестраховочной защите, которая в практической плоскости реализуется как перестраховочный интерес.

Отметим, что в украинском законодательстве отсутствует определение страховых и перестраховочных услуг, однако предусматривается их выделение в составе финансовых услуг как "услуг в сфере страхования и накопительного пенсионного обеспечения"<sup>1</sup>. В законодательстве Европейского Союза и Генеральном Соглашении о торговле услугами в перечень финансовых услуг, которые в рамках ВТО считаются страховыми, входят следующие: прямое страхование; перестрахование и ретроцессия; страховое посредничество; дополнительные услуги по страхованию<sup>2</sup>. И как отмечает О.А. Гаманкова, "с точки зрения страхователя основными в этом перечне

---

<sup>1</sup> Закон України "Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг" [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua> (дата останньої модифікації 05.08.2011р.).

<sup>2</sup> Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.rgwto.com/wto.asp?id=3668&doc\\_id=2011](http://www.rgwto.com/wto.asp?id=3668&doc_id=2011) (дата останньої модифікації 06.08.2011).

являются услуги по прямому страхованию, так как именно они гарантируют ему страховую защиту. Остальные услуги обеспечивают качественное и гарантированное предоставление такой защиты и, в определенной степени, обслуживают этот процесс, обеспечивая: а) финансовую надежность и платежеспособность страховщика (услуги по перестрахованию и ретроцессия) ...<sup>3</sup>". Вышеуказанное позволяет утверждать, что в правовых актах и научной литературе перестраховочная услуга рассматривается в структуре страховых услуг. Это объясняется тем, что оказание страховых и перестраховочных услуг взаимно дополняют друг друга и по экономической природе входят в единую страховую систему. При этом в экономической литературе значительное внимание уделяется трактовке страховой услуги. Соответственно, на основе обобщения научных подходов к трактовке страховой услуги можно определить сущность перестраховочной услуги, учитывая специфику перестраховочной деятельности.

В отечественной и зарубежной литературе понятие "страховая услуга" рассматривается с различных позиций. До сих пор ведутся дискуссии о тождественности, взаимозаменяемости и выделении понятий "страховая услуга", "страховой товар", "страховой продукт".

Тождественность понятий "страховая услуга" и "страховой товар" отмечает М. Трофимова: "страховая услуга является страховым товаром, а страховой товар получает свое воплощение в конкретной страховой услуге"<sup>4</sup>. В.Б. Гомелля трактует страховую услугу как страховой товар, которому характерны специфические особенности: потребительская стоимость, степень полезности, продолжительность потребления его полезных свойств во времени<sup>5</sup>. Это значит, что автор акцентирует внимание на основных признаках, свойственных страховой услуге, как товару на рынке: стоимости, потребительской стоимости, полезности. При этом, Т.А. Говорушко и Т.М. Артюх утверждают, что страховая услуга является товаром в среде страхового рынка, который предлагает страховая компания страхователю за определенную плату

---

<sup>3</sup> Гаманкова О.О. Рынок страховых послуг України: теорія, методологія, практика: моногр. / О.О. Гаманкова. – К.: КНЕУ, 2009. – С.75.

<sup>4</sup> Трофимова М. Страховой продукт як центральний елемент страхового маркетинга / М. Трофимова // Страховое ревю. - 2003. - №10. - С.11.

<sup>5</sup> Гомелля В.Б. Специфика страхового спроса и предложения в РФ на современном этапе / В.Б. Гомелля // Финансы. - №4. - 2003. - С.25.

(страховую премию)<sup>6</sup>. Следовательно, страховая услуга, как товар имеет место на страховом рынке, выступая при этом объектом купли-продажи.

В Большом толковом словаре современного украинского языка под товаром понимают любую продукцию, услуги, работы, права интеллектуальной собственности и другие неимущественные права, предназначенные для продажи<sup>7</sup>. Таким образом, страховую услугу можно рассматривать как страховой товар, который производится для продажи на страховом рынке. Вместе с тем, И. Краснова, И. Казей, Д. Намсараева понятие "страховой товар" определяют как созданную трудом общественную полезность, которая предназначена для эквивалентного обмена на рынке на другой товар<sup>8</sup>. Нечеткой является позиция ученых относительно эквивалентного обмена на рынке страхового товара на другой товар.

Противоположную позицию занимает О.А. Гаманкова, утверждая, что страховая компания "продает на рынке не товары, а услуги"<sup>9</sup>. Аналогичное мнение разделяет и К.Е. Турбина<sup>10</sup>. Позволим себе частично не согласиться с таким утверждением авторов. Скажем, услугу не следует противопоставлять товару, поскольку "страховая услуга может не являться страховым товаром, если она не продается и не покупается, и в то же время, может являться страховым товаром, если она создается для продажи, и эта продажа становится регулярной"<sup>11</sup>. Следовательно, с одной стороны, страховую услугу целесообразно считать специфическим товаром в сфере страхования, но при условии ее предназначения для купли-продажи на страховом рынке. И как подчеркивает О.А. Гаманкова в дальнейших своих исследованиях, страховая услуга, имея товарную и нетоварную формы, в сфере страхового предпринимательства выступает как своеобразный товар, хотя этот товар является "нематериальным"<sup>12</sup>. С другой - страховая услуга и страховой товар тождественны по содержанию, однако отличаются по форме. "Страховая услуга предусматривает форму предоставления страховой

<sup>6</sup> Говорушко Т.А. Страхові послуги: Навч. посібник. / Т.А Говорушко. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - С.27; Страхові послуги: Навч.-метод. посібник для самост. вивчення дисципліни / За заг. ред. Т.М. Артюх. - К.: КНЕУ, 2000. - С.15.

<sup>7</sup> Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод., допов. та CD) / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. - К.; Ірпінь: ВТФ "Перун", 2009. - С.1456.

<sup>8</sup> Краснова И. Некоторые аспекты страхового маркетинга / И. Краснова, И. Казей, Д. Намсараев // Страховое ревю. - 2002. - №2. - С.10.

<sup>9</sup> Гаманкова О.О. Страхова послуга: сутність та необхідність законодавчого визначення / О.О. Гаманкова // Фінанси, облік і аудит. - К.: КНЕУ, 2005. - Випуск 6. - С.21.

<sup>10</sup> Турбина К.Е. Тенденции развития мирового рынка страхования / К.Е. Турбина. - М.: Анкил, 2000. - С.66.

<sup>11</sup> Гомелля В.Б, Туленты Д.С. Страховой маркетинг (Актуальные вопросы методологии, теории и практики). Второе издание / В.Б. Гомелля, Д.С. Туленты. - М.: Анкил, 2000. - С.20-21.

<sup>12</sup> Гаманкова О.О. Ринок страхових послуг України: теорія, методологія, практика: моногр. / О.О. Гаманкова. - К.: КНЕУ, 2009. - С.69.

защиты, а страховой товар выступает объектом торговли"<sup>13</sup>. Придерживаясь вышеприведенной позиции, отметим, что страховая услуга является особым страховым товаром в том случае, когда становится объектом маркетинговой деятельности страховщика и обладает потребительской (способностью обеспечить страховую защиту) и меновой (страховая премия, страховой тариф) стоимостью.

Рассматривая в данном контексте перестраховочную услугу, отметим ее характеристики как товара, объекта купли-продажи на рынке перестрахования. Так, перестраховочная услуга имеет потребительскую стоимость, т.е. осознанную перестрахователем полезность, которая заключается в способности обеспечить перестраховочную защиту его имущественных интересов от непредвиденных ситуаций, угрожающих его страховой платежеспособности, финансовой устойчивости и рентабельности страховых операций. Потребительская стоимость перестраховочной услуги отражает дополнительные гарантии и потенциальные возможности для прямого страховщика выполнить обязательства перед страхователями по договору страхования. Следовательно, перестраховочная защита материализуется в форме частичной компенсации страховых выплат, покрытия убытков прямого страховщика.

Меновая стоимость перестраховочной услуги находит свое выражение в перестраховочной премии как плате за передачу риска в перестрахование и отражает затраты перестраховщика по оказанию определенных услуг по перестраховочной защите. Наше мнение находит подтверждение в высказывании И.Ю. Постниковой о том, что "стоимость перестрахования выступает на поверхности товарно-денежных отношений только в момент "купи-продажи", т.е. при выплате перестраховочной премии, выплате комиссионного перестраховочного возмещения, компенсации по рискам, принятым в перестрахование ..."<sup>14</sup>.

Потребительская и меновая стоимость перестраховочной услуги взаимосвязаны между собой, что находит свое отражение при установлении цены, которая должна быть адекватна степени перестраховочного риска, полезности, качеству перестраховочной услуги и обеспечивать возможность получать доходы в виде комиссионного вознаграждения. Стоимость перестраховочной услуги определяется на рынке перестрахования под воздействием спроса и предложения. "Перестрахование как самостоятельная услуга имеет самостоятельную цену, которая формируется в

---

<sup>13</sup>Скибінський С.В., Балук Н.Р. Поняття страхової послуги, її специфіка та характеристики / С.В. Скибінський, Н.Р. Балук // Науковий вісник НЛТУ України. - Вип. 17.8. – 2007. – С.158.

<sup>14</sup>Постникова И.Ю. Теория перестрахования: моногр. / И.Ю. Постникова. – М.: ОАО "Московская типография "Транспечать", 2009. – С.22.

результате спроса и предложения на определенные виды перестраховочных услуг и зависит от формы и вида перестрахования"<sup>15</sup>.

В экономической литературе существуют различные мнения по поводу определения и отношения понятий "страховая услуга" и "страховой продукт". При этом, одни ученые отождествляют эти понятия, тогда как другие - их разделяют. Скажем, В.И. Нечипоренко рассматривает страховую услугу и страховой продукт, как синонимы, отмечая, что "страховой продукт (услуга) - это комплекс гражданско-правовых отношений по защите имущественных интересов граждан и юридических лиц при наступлении определенных событий (страховых случаев), определенных договором страхования или действующим законодательством"<sup>16</sup>. При этом автор отождествляет понятие страховой услуги и страхования как вида деятельности. Аналогичную точку зрения разделяют такие ученые, как: Т.А. Говорушко, которая отмечает, что по сравнению с обычным товаром страховщик не создает никакого материального продукта, поэтому его продукт может быть определен как неосязаемая деятельность и относиться к понятию "услуга"<sup>17</sup>; Т.В. Сивая, составляя сравнительную характеристику страховой услуги и страхового продукта, подчеркивает, что в этих терминах нет принципиальной разницы<sup>18</sup>; А.С. Шолойко, исследуя особенности соотношения указанных выше понятий, приходит к выводу о том, что страховым продуктом, т.е. конечным результатом страховой деятельности, является страховая услуга, которая производится для продажи<sup>19</sup>.

На наш взгляд, понятие "страховая услуга" и "страховой продукт" не являются синонимами, поэтому их следует различать. В связи с этим, в страховой научной литературе формируется два научных подхода. Согласно первому - страховая услуга является составляющей страхового продукта, согласно второму - происходит конкретизация продукта в услуге. И как отмечает Е.М. Забурмеха, "с одной стороны, страховой продукт рассматривается как набор основных и вспомогательных услуг, с другой - страховая услуга является реализацией конкретных страховых продуктов"<sup>20</sup>.

---

<sup>15</sup> Теория и практика страхования. Учебное пособие – М.:Анкил, 2003. – С.469.

<sup>16</sup> Страхування: Підручник / Керівник авт. колективу і наук. ред. С.С. Осадець. – Вид. 3-тє, без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – С.143.

<sup>17</sup> Говорушко Т.А. Страхові послуги: Навч. посібник. / Т.А Говорушко. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - С.27.

<sup>18</sup> Сива Т.В. Зміст і характерні ознаки страхових послуг / Т.В. Сива // Науковий вісник НЛТУ України. - Вип. 16.2. – 2006. – С.296.

<sup>19</sup> Шолойко А.С. Основна сутність понять "страхова послуга" і "страховий продукт" / А.С. Шолойко // Економіка АПК, 2009. - №5. - С.109.

<sup>20</sup> Забурмеха Є.М. Страхова діяльність як об'єкт дослідження маркетингу / Є.М. Забурмеха. - Вісник Хмельницького національного університету. - 2010. - №6, Т.4. - С.176.

О.О. Охрименко рассматривает страховой продукт как комплекс услуг, охватывающий основные и дополнительные услуги<sup>21</sup>, таким образом, считая понятие "страховой продукт" более широким по сравнению со страховой услугой. Той же позиции придерживается А.Н. Зубец, подчеркивая при этом, что главное содержание продукта - возмещение ущерба при наступлении страхового события, выражающееся в определенном наборе основных услуг<sup>22</sup>; А. Прядко, утверждает, что момент возникновения страхового продукта совпадает с моментом первого страхового взноса страхователя, а страховая услуга возникает и реализуется только в случае наступления страхового случая<sup>23</sup>.

По мнению Я.П. Шумелды, термин "страховая услуга" является широким и общим, а "страховой продукт" более узким и конкретным. Страховые услуги мы рассматриваем как форму защиты объектов страхования от действия рисков, а страховые продукты - как отдельные разновидности страховых услуг<sup>24</sup>. Аналогичный подход применяют Е.И. Ивашкин, В.В. Ионкин, отмечая, что страховщики являются производителями страховых услуг, конкретными формами проявления которых являются условия (правила) страхования по отдельным видам страховой деятельности<sup>25</sup>. При этом условия (правила) страхования трактуются учеными как страховой продукт. Мы разделяем такую позицию ученых и отмечаем, что страховой продукт - это результат деятельности страховщика по определению условий и правил страхования по отдельным страховым услугам, а страховые услуги - это сумма благ, которую может предоставить страховщик и получить страхователь для защиты своих имущественных интересов, воплощенных в страховом продукте.

Итак, выше приведенные научные подходы различны между собой, однако, не отрицают друг друга, а лишь дополняют. И как подчеркивают С.В. Скибинский и Н.Р. Балук, "страховой продукт не может конкретизироваться в услуге, если не будет состоять из этой и других услуг, и, наоборот, продукт в страховании конкретизируется в услуге или услугах, составляющих продукт, однако, надо уточнить, что он может

---

<sup>21</sup> Охрименко О.О. Страховий захист: менеджмент, маркетинг, економіка безпеки (туристське підприємство): Навчальний посібник / О.О. Охрименко. - К.: Міжнародна агенція "BeeZone", 2005. - С.152.

<sup>22</sup> Зубец А.Н. Качество страхового продукта / А.Н. Зубец // Страховое ревю. - 2000. - №7. - С.31-32.

<sup>23</sup> Прядко А. Загальне та відмінне "страхового продукту" і "страхової послуги" / А. Прядко // Страхова справа. - 2007. - №2. - С.82-83.

<sup>24</sup> Шумелда Я.П. Страхування: навч. посіб. Видання друге, розширене / Я.П. Шумелда. - К.: Міжнародна агенція "БІЗОН", 2007. - С.62.

<sup>25</sup> Ивашкин Е.И., Ионкин В.В. Страховая система как специфический объект государственного регулирования / Е.И. Ивашкин, В.В. Ионкин // Финансовый менеджмент в страховой компании. - 2006. - №1. - С.4-5.

конкретизироваться не во всех услугах, составляющих данный страховой продукт, а в одной страховой услуге"<sup>26</sup>.

Подытоживая вышесказанное, отметим, что продукт в сфере перестрахования формируется еще до его купли-продажи, соответственно пройдя разработку, андеррайтинг, актуарные расчеты. Однако, в отличие от страхового продукта, продукт перестраховочных отношений принимает форму объекта торговли и трансформируется в товар на рынке перестрахования только после согласования всех позиций перестраховочных договоров обоими участниками перестрахования. Это значит, что продукт в перестраховании является результатом деятельности перестрахователя и перестраховщика, которые в зависимости от форм и методов перестрахования определяют условия и правила перестраховочного процесса. При этом такой продукт привязан к страховому риску, передаваемому в перестрахование, и находит свое отражение в договоре перестрахования. Таким образом, мы разделяем мнение М.М. Сухорукова относительно понимания страхового продукта, а следовательно, и продукта перестраховочных отношений, как документальное обязательство страховщика (*перестрахователя*), согласно которому он должен предоставить страховщику (*перестраховщику*) на платной основе страховую (*перестраховочную*) услугу<sup>27</sup>. При этом, ни в коем случае нельзя отождествлять продукт в перестраховании с комплектом договоров, а рассматривать его как обязательства перестрахователя, определяющиеся условиями перестраховочного договора.

Наиболее исчерпывающе, на наш взгляд, раскрывается сущность страхового продукта в определении Г.В. Кравчук: "Страховой продукт - это совокупность процедур (организационных, информационных, финансовых, юридических) и правил, объединенных единой технологией обслуживания клиентов, как законодательно установленных, так и разработанных самостоятельно страховой компанией по эффективному осуществлению конкретных видов страхования данной компании в соответствии с ее политикой и корпоративной культурой и в обязательном порядке формализованных в соответствующей документации, согласно которой данный продукт предлагается на рынке страховых услуг потенциальным потребителям"<sup>28</sup>.

---

<sup>26</sup> Скибинський С.В., Балук Н.Р. Поняття страхової послуги, її специфіка та характеристики / С.В. Скибинський, Н.Р. Балук // Науковий вісник НЛТУ України. - Вип. 17.8. – 2007. – С.158.

<sup>27</sup> Сухоруков М.М. К вопросу об определении понятия "услуга" / М.М. Сухоруков // Маркетинг в России и зарубежом. - 2004. - №4. - С.124.

<sup>28</sup> Кравчук Г.В. Характеристика страхового продукту, страхової операції та страхової послуги / Г.В. Кравчук [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_pprbus/2010\\_29/10\\_29\\_04.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_pprbus/2010_29/10_29_04.pdf) (дата останньої модифікації 08.08.2011р.).

Соответственно, реализация процедур и правил, закрепленных в продукте перестрахования, осуществляется путем выполнения конкретных операций, сопровождающих процесс предоставления перестраховочных услуг. Не следует связывать перестраховочную услугу только с компенсацией части страховых выплат по договору страхования. По нашему мнению, услуга по перестраховочной защите появляется при заключении перестраховочного договора и уплаты перестраховочной премии, а ее полная реализация происходит в момент наступления страхового случая по договору перестрахования.

В данном контексте заслуживает внимания научный подход к выявлению сущности страховой услуги, как финансового обязательства по предоставлению страховой защиты, предложенный О.А. Гаманковой. Соответственно автор рассматривает два равных по значению этапа (первый этап - заключение договора и уплата страховых премий, второй - проведение страховой выплаты), характеризующих финансовый характер страховых отношений и идею солидарной раскладки ущерба как основы данных отношений, а страховая услуга приобретает при этом материальную осязаемость<sup>29</sup>. На основе вышеприведенного подхода к определению понятия страховой услуги, раскроем сущность перестраховочной услуги, как финансового обязательства по предоставлению перестраховочной защиты, в процессе построения перестраховочных взаимоотношений.

На первом этапе этого процесса происходит заключение договора между страховщиком и перестраховщиком, уплата перестраховочных премий, сопровождающаяся материализацией обязательств по перестраховочной защите. Индивидуально полученные премии от страховщика мобилизуются в резервах перестраховщика, которые предназначены для компенсации части страховых выплат по всем договорам страхования. Следовательно, формируется реальное экономическое основание для обеспечения спокойствия и уверенности всей совокупности страховщиков в их финансовой стабильности, а полезность перестраховочной услуги становится материально ощутимой.

Сбалансированные интересы участников перестраховочных отношений находят свое юридическое отражение в договоре перестрахования, который является обязательным документом при оказании перестраховочных услуг. Перестраховочный договор содержит все элементы процесса перестрахования, свидетельствует о

---

<sup>29</sup> Гаманкова О.О. Маркетинг у страхуванні та його вплив на розвиток ринку страхових послуг / О.О. Гаманкова // Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць. Вип. 17. - К.: КНЕУ, 2007. - С.147-148.



согласованности перестраховочных интересов и является основанием для требований выплаты при наступлении указанных в нем страховых случаев.

Для второго этапа характерным является проведение выплаты по договору перестрахования, т.е. компенсации части страховой выплаты, которая осуществляется прямым страховщиком по договору страхования. Частично возмещаются убытки, причиненные материальным интересам страховщиков, чем по сути подтверждается обещанные спокойствие и уверенность. Если первый этап представляет собой потенциальную материализацию обязательств по предоставлению страховой (перестраховочной) защиты для всей совокупности клиентов (перестрахователей), то второй этап становится завершающей материализацией для индивидуального страхователя (перестрахователя), которая одновременно выступает подтверждением обоснованности того спокойствия и уверенности, в котором находилась вся совокупность страхователей (перестрахователей) - всем пострадавшим из этой совокупности были компенсированы убытки (в перестраховании часть страховых выплат). Следовательно, перестраховочная услуга, как финансовые взаимоотношения между страховщиком и перестраховщиком, обеспечивает качественное сопровождение основных этапов перестраховочной деятельности: юридическое оформление перестраховочных отношений, трансферт страхового риска, уплату перестраховочных премий и формирования резервов перестраховщика, расчет комиссионного вознаграждения и танъемы, компенсацию части страховых выплат по договорам прямого страхования, формирование дополнительной финансовой емкости страховщика, сбалансирование его страхового портфеля.

Итак, несмотря на многообразие подходов к определению понятия "перестраховочная услуга" в современной экономической литературе, можно утверждать, что основным принципом предоставления перестраховочных услуг является их направленность на получение полезного эффекта деятельности перестраховщика и удовлетворения потребностей перестрахователей. Отметим, что в Большом толковом словаре современного украинского языка понятие "услуга" трактуется двояко, в частности, как: 1. Действие, поступок, который приносит пользу, помощь другому. 2. Деятельность предприятий, организаций и отдельных лиц, которая выполняется для удовлетворения чьих-либо нужд. Следовательно, перестраховочная услуга - это вид деятельности перестраховщика, который создает полезный эффект в виде перестраховочной защиты с целью обеспечения полного и качественного удовлетворения потребностей прямого страховщика.

Учитывая выше проведенное исследование, отметим, что спецификой перестраховочных отношений является безусловно перестраховочная услуга, которая имеет общую экономическую природу со страховой услугой и вторичный, вспомогательный характер, в отношении к ней. Следовательно, перестраховочную услугу целесообразно рассматривать как составляющую страховой услуги, которой присущи определенные особенности, заключающиеся в защите имущественных интересов страховщика по выполнению им обязательств согласно договору прямого страхования. При этом, субъекты в страховом и перестраховочном процессе могут быть общими, но в то же время и различающимися между собой. В частности, участниками страховых и перестраховочных отношений являются страховщики, однако в перестраховании участвуют только юридические лица - страховщики (перестрахователи, перестраховщики), профессиональные перестраховочные компании, тогда как в страховании - и физические лица - страхователи. И как отмечают А.Ф. Филонюк, А.М. Залетов, объективная необходимость возникновения и развития страховой индустрии (а в частности и перестраховочного рынка) обусловлена наличием общественной потребности в страховых (перестраховочных) услугах и наличием страховщика (перестраховщика), способного ее удовлетворять. В связи с этим, есть все основания утверждать о становлении рынка перестрахования с особой организационной структурой, где формируется спрос и предложение на специфическую перестраховочную услугу.