

Продукт страхової послуги на сучасному фінансовому ринку



**Михайло
Клапків**

кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри страхування Тернопільської академії народного господарства

Незважаючи на різноманітне трактування економічної сутності страхування, завжди виникало закономірне питання про місце, яке посідає страхове підприємництво у системі галузей народного господарства. Безумовним є те, що страхування має фінансову природу і є одним із інструментів формування та розподілу цільових грошових фондів і традиційно вводиться в орбіту фінансових відносин і фінансової науки (1).

Разом з тим, як виразно підкреслюється у ґрунтовних наукових дослідженнях останніх років, фінансова система в умовах входження її у ринкові відносини, об'єктивно піддається дивергенції, що означає урізноманітнення в процесі еволюції та трансформації деяких її ознак, які стають властивими лише окремим видам фінансових відносин (2). Процесом дивергенції, на наш погляд, охоплена також і сфера страхових відносин. Наслідком цього процесу стає

прийняття ними виразного послугового характеру, який у значно меншій мірі властивий іншим видам фінансових відносин, як, наприклад, податкам та іншим обов'язковим фінансовим платежам. Специфічною рисою страхових відносин стало те, що вони є не лише зовнішньою формою, але й безпосереднім об'єктом типових ринкових відносин у якості товару, об'єкту купівлі-продажу.

Послуговий характер страхових відносин у зарубіжній фаховій літературі підкреслювався вже давно. Зокрема, поштовхом для такого підходу послужила відома тепер «теорія трьох секторів господарства, розвинута відомими вченими К.Г.Кларком та А.Г.Фішером ще у 30-х роках ХХ століття. За їх концепцією, страхування, як і багато інших невиробничих галузей, було віднесене до «третього сектору економіки», за яким і було визнано послуговий характер. Тепер ця теорія знайшла також і практичне застосування, оскільки вона рекомендована Європейським співтовариством для використання при економічних розрахунках ВВП країн-учасниць (3). Схематично, склад секторів народного господарства, за вищезазваною теорією має такий вигляд:

		Виробництво	Землеробство і лісівництво	Сектор 1
			Промисловість і будівництво	Сектор 2
Схема 1 Схема трьох секторів економіки	Послуги	Матеріальні	Транспорт і зв'язок, торгівля, комунальне господарство	Сектор 3
		Нематеріальні		

Безумовно, страхування володіє рядом рис, завдяки яким його можна ідентифікувати як вид послуг:

1. Заспокоює групові та індивідуальні потреби фізичних та юридичних осіб.
2. В процесі виплати відшкодувань, або страхових сум, здійснюється розподіл і перерозподіл національного доходу.
3. Не має матеріального виразу, але все ж таки має споживчу вартість.
4. Страхування не створює нової вартості (а тому не сплачується ПДВ).
5. Страхування носить виразний соціальний характер (особливо в частині особового страхування).

Особливою рисою, якою страхування відрізняється від інших матеріальних благ, є його неподільність. Тобто, його не можна поділити на менші частини. Є загальноприйнятим твердженням, що процес, протягом якого суб'єкт отримує і користується страховим захистом, складає поняття страхової послуги. Послугового характеру страхування, на відміну від інших фінансових інструментів (наприклад, податків), не змінює навіть обов'язкова форма здійснення страхових операцій (4).

Спостерігаючи все виразніше формування послугового характеру страхування, як фінансової категорії, вже із середини 70-х років у фаховій фінансово-економічній літературі почали висуватися ідеї і пропозиції щодо перегляду змісту основної функції страхування.

Польськими, а також угорськими вченими, замість функції, однозначно фінансового змісту, яка у різних авторів отримувала різну інтерпретацію — компенсаційної, ризикової, чи формування спеціалізованого страхового фонду грошових засобів, обгрунтовувалася (в ході широкої дискусії) функція «надання страхового захисту»

Тобто, у світлі нової функції, страховик розглядався у ролі суб'єкту, який пропонує на фінансовому ринку специфічну фінансово-економічну послугу, зміст якої полягає у прийнятті страховиком (за відповідну плату) тягаря фінансового покриття можливих збитків, яких може зазнати застрахований клієнт (5). Щоправда, загальне визнання цієї функції прийшло лише згодом, бо ще на початку 80-х років фахівці шукали відповіді на питання: «Чи страхування є послугою?» (6)

Погляд на страхування, як на страхову послугу, дозволяє усе ж визначити ряд специфічних рис, які відрізняють страхування від решти послуг. Ось ці риси та їх зміст:

1. Невидимість, абстрактність послуги.
2. Нематеріальний характер.
3. Невиключність, тобто новозапропонований вид (зміст) страхової послуги не патентується, як це практикується у відношенні до інших винаходів.

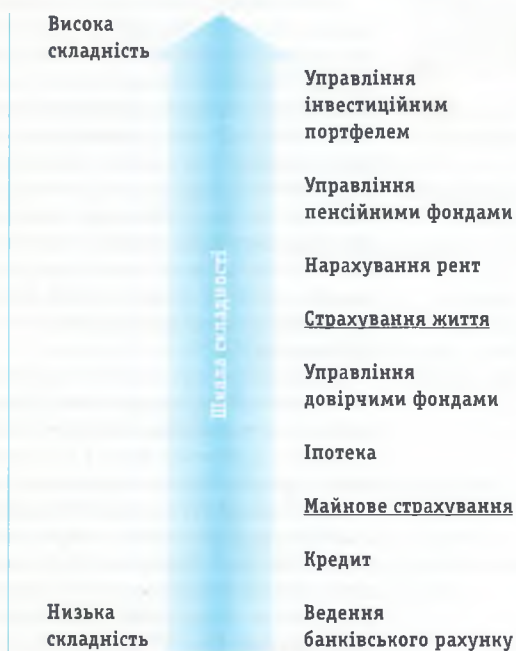
4. Проявляє свою споживчу вартість лише після її придбання. Оплата страхової послуги передує її наданню.

5. Вимога широкого територіально-географічного розповсюдження продажу та споживання.

6. Надання страхової послуги супроводжується взаємним обміном зобов'язань сторін.

7. Початкова невизначеність наданої послуги, як у вартісній оцінці, так і у часі.

Невидимість страхової послуги поглиблюється її відносною складністю, навіть серед інших фінансових послуг та операцій. За оцінкою британських вчених К.А.Купта та Г.Весталля, різні види страхування характеризуються також різним ступенем складності, а відповідно і невидимістю реального змісту. Ранг фінансових послуг можна продемонструвати схематично:



За наведеною шкалою складності фінансових послуг, страхові послуги у постаті майнового страхування, страхування життя та пенсійного страхування займають доволі високий ранг. Причиною цього виступає не лише складність економіко-правових, але й чи не більшою мірою техніко-розрахункових взаємовідносин між сторонами страхового процесу. В умовах подальшого зростання складності страхових операцій, передусім за рахунок другого чинника, про що свідчить сучасна тенденція розвитку провідних страхових ринків, може виникнути ситуація, при якій соціально-економічна сутність страхування, його фінансова природа будуть все більше випадати з поля зору при одночасному домінуванні його послугових рис.

Стає очевидним, чому, протистоячи такій можливості, фахівці схиляються до застосування поняття «страховий продукт», яке, на їх думку, глибше передає зміст фінансової операції, якою є страхування. Разом з тим, слід відзначити

Схема 2

Розташування фінансових послуг за критерієм їх складності (7)

ти, що страхова термінологія європейського страхового ринку однаково широко використовує терміни «страховий продукт», «продукт страховий захист», «товар страховий захист» та «страхова послуга» (8).

В українській фаховій літературі останнім часом не лише звернуто увагу на доцільність використання поняття «страховий продукт», але й стверджено, що це визначений договором страхування та іншими нормативними актами в системі цивільно-правових відносин комплекс заходів, які страховик зобов'язується проводити в інтересах страхувальника (9).

Дещо ширше і детальніше визначення дають німецькі автори. Так, одне із визначень проголошує, що страховий продукт є об'єднанням в одне ціле багатьох окремих послуг, які надаються одним, або кількома підприємцями у вигляді людської праці, або речами, з метою сприяння його продажу і тим самим задоволення потреб споживачів. Такий продукт, у свою чергу, формується під впливом багатьох чинників: законодавства, рівня організації та кваліфікації працівників, рівня технічної оснащеності фірми страховика, потреби ринку у даній продукції, стану співпраці з іншими фінансовими закладами (Allfinanz) (10).

Дещо іншим є розуміння страхового продукту польськими спеціалістами. Традиційно широко усталилася думка, що поняття «послуга» та «продукт» є ідентичними (11). Інші автори причину окремого використання цих понять пояснюють тим, що страхування як послуга виступає у якості продукту лише з маркетингової точки зору (12). Деякі спеціалісти розглядають продукт як елемент страхової послуги, як об'єкт стосунків по її наданню. Така точка зору представлена схематично у формі компактної, але суперечливої схеми:

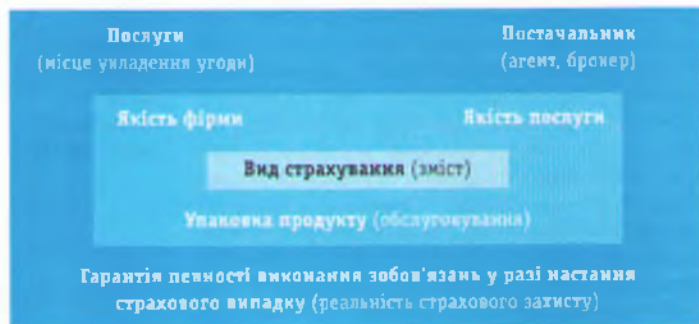


Схема 3 У фаховій німецькомовній літературі з проблем страхового підприємництва поняття «страхова послуга» (Dienstleistungsgeschäfts) розглядається лише як один із трьох складових елементів загального процесу страхової діяльності (13). Початковим елементом є механізм трансферу (передачі та вирівнювання) ризику:

Другим елементом є механізм нагромаджувального (заощаджувального) характеру, який застосовується, передусім, в операціях по страхуванню життя

Третій елемент складає процес надання страхових послуг безпосереднім завданням якого є порадництво та інформація клієнтів щодо усіх можливих етапів страхового процесу: форм укладення договорів, визначення страхових випадків, аквізиції страхових внесків та виплати страхових сум і відшкодувань (14). Отже, страхову послугу немає підстав розглядати у якості поняття, адекватного страховому продукту, а лише як діяльність, в процесі якій забезпечується якісний супровід основних фінансово-економічних завдань страхування: трансфер ризику та організація заощаджень страхувальниками. ■ 15

Література:

- Заруба О.Д. Основи страхування: Навчальний посібник. - Київ: УФІМЕ, 1995. - с. 8.
- Юрій С.І. Спільне підприємництво в Україні: Фінансовий аспект розвитку. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. - Київ: КДЕУ. - 1996. - с. 5.
- Lancucki J. Usługa ubezpieczeniowa — jej istota, charakter, jakosc oraz formy organizacyjne // Ubezpieczenia gospodarstwe. - Warszawa: Poltext. - 1995. - с. 61.
- Kobusiewicz Barbara. Publiczna obrona pracy doktorskiej mgr Grazyny Plewinskiej // Wiadomosci ubezpieczeniowe. - 1979. - N10. - с. 32.
- Pokorzynski L. Ubezpieczenia gospodarstwe // Finanse. Prace zbiorowe pod red. S.Bollanda i J.Wierzbickiego. - Warszawa-Poznan: AE w Poznaniu - 1974. - с. 151.
- Szpunar J. Niektore warunki wykorzystania pola ubezpieczeniowego // Studia Ubezpieczeniowe. T.3. - Warszawa-Poznan: PWN. - 1976. - с. 80.
- Csabay D., Ebl G. Szkoda i odszkodowanie ubezpieczeniowe // Wiadomosci ubezpieczeniowe - 1977. - N9. - с. 6.
- Handschke Jerzy. Uwagi w sprawie podstawowych funkcji ubezpieczen gospodarczych. // X lat Wydzialu Ekonomiki i Organizacji WSI w Radomiu. - Radom: WSI. - 1979. - с. 280.
- Tatarzyn Boguslaw. Czy ubezpieczenie jest uslugą? (Kilka uwag nad uslugowa funkcja ubezpieczen) // Wiadomosci ubezpieczeniowe. - 1982. - N2. - с. 24.
- Наведено за: Rodek Katarzyna, Visan Jerzy. Marketing ubezpieczen na zycie. - Warszawa: Poltext, 1996. - с. 118.
- Weiss Wieland. Thesen Wettbewerbsgeschehen in der Versicherungswirtschaft. - 1989. - N 6. - с. 348; Versicherungswesen. 2. Auflage. - Wien: MANZ Verlags- und Universitätsbuchhaltung. 1993. - с. 23.
- Махно Василь, Нечипоренко Віталій. Реалізація страхових продуктів // Фінансові послуги. - 1997. - N4-5. - с. 10.
- Schorn Gunter. Produkt und Technik im Versicherungsunternehmen // Versicherungswirtschaft. - 1985. - N21. - с. 1372.
- Rutkowski Adam. Dystrybucja uslug ubezpieczeniowych // Wiadomosci ubezpieczeniowe. - 1993. - N10-12. - с. 11.
- Plichta Jaroslav. Segmentacja nabywcow uslug ubezpieczeniowych — przyklady z rynku ubezpieczeniowego RFN. Wiadomosci ubezpieczeniowe. - 1995. - N4-6. - с. 66.
- Kufel-Sieminska Anna. Marketingowa polityka produktu firmy ubezpieczeniowej (cz. 1) // Wiadomosci ubezpieczeniowe. - 1995. - N10-12. с. 22.
- Nowotarska-Romaniak Beata. «Produkt» w świadczeniu uslug ubezpieczeniowych // Wiadomosci ubezpieczeniowe. - 1995. - N4-6. - с. 33.
- Krammerer Martina. Die Entstehung der EU-Markordnung für Versicherungen. - Wien: 1994. - с. 9.
- Famy Dieter. Versicherungsbetriebslehre. - Karlsruhe: VVW. - 1989. - с. 422.