

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВОГО ТОВАРУ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Розглянуто теоретичні аспекти сутності категорії «страхова послуга». Зроблено аналіз особливостей споживчої та мінової вартостей страхового товару, які у більшості визначають специфіку реалізації страхового продукту на ринку фінансових послуг.

Ключові слова: страхувальник, страховик, споживча вартість, мінова вартість, брутто-ставка, нетто-ставка, навантаження.

Рассмотрены теоретические аспекты сущности категории «страховая услуга». Сделан анализ особенностей потребительной и меновой стоимостей страхового товара, которые во многом определяют специфику реализации страхового продукта на рынке финансовых услуг.

Ключевые слова: страхователь, страховщик, потребительная стоимость, меновая стоимость, брутто-ставка, нетто-ставка, нагрузка.

The theoretical aspects of the essence of the category “Insurance services” are considered. The deep analysis of the peculiarities of use-value and exchange value of insurance products, which mainly determine the specific character of the insurance product sale at the finance service market, is conducted.

Key words: the insured, the insurer, use value, exchange value, the gross rate, net rate, the load.

Постановка проблеми. Сьогодні в усьому світі зростає ймовірність настання всякого роду природних, техногенних, економічних й соціальних ризиків, що загрожує безпеці функціонування усіх суб'єктів господарювання, підвищенню добробуту населення, а в кінцевому результаті не дає можливості забезпечити поступовий соціально-економічний розвиток держави в цілому.

Тому зараз актуальним постає питання необхідності впровадження ефективного механізму захисту від різного роду ризиків. Таким інструментом захисту, на наш погляд, повинно бути страхування. Проте сьогодні значно зростає необхідність надання якісних страхових послуг, які б у повному обсязі задовольняли інтереси усіх груп страхувальників. На жаль, в Україні зараз існують значні проблеми та протиріччя у сфері страхування, які не дають страховому бізнесу зайняти ланку одного з найважливіших секторів економіки, тобто те місце, яке страхова галузь займає у розвинутих країнах світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато вітчизняних вчених та практиків розглядали й продовжують аналізувати дані недоліки та проблеми. Вагомий внесок у дослідженні стану, тенденцій та особливостей розвитку страхового ринку України протягом останніх років було зроблено такими вченими та фахівцями, як: Л.М. Горбач, О.М. Залетов, О.Д. Заруба, М.В. Мних, С.С. Осадець, В.Й. Плиса, Т.А. Ротова, Л.С. Руденко.

Зазначені автори у своїх опублікованих наукових працях проводили глибокі дослідження вітчизняного ринку страхових послуг протягом тривалого часу, давали оцінку законодавчо-нормативній базі у даній галузі, зупинялись на особливостях функціонування страхових компаній та їх ролі у соціально-економічному розвитку країни в цілому, порівнювали особливості розвитку вітчизняного страхового ринку з іншими країнами.

Однак, на наш погляд, слід зазначити, що відчувається значний дефіцит наукових праць, які б стосувалися безпосередньо теоретичних аспектів методологічного обґрунтування економічної сутності і природи категорії «страхова послуга» та її специфічних особливостей, що обумовлюють особливий підхід до діяльності страховиків. Лише незначна кількість зарубіжних та вітчизняних учених та практиків проводили комплексні дослідження за даною тематикою.

До цієї групи вчених, в першу чергу, слід віднести наступних вітчизняних і зарубіжних вчених та практиків: В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич, В.Б. Гомелля, Т.А. Говорушко, К.В. Шелехова, Т.В. Яворську. Однак їх дослідження не розкривають у повному обсязі увесь спектр специфічних ознак страхової послуги. А джерела багатьох проблем та протиріч у страховій сфері, на наш погляд, слід шукати, в першу чергу, у специфіці реалізації страховиками продуктів своєї діяльності.

Мета статті полягає у розгляді теоретико-методологічних аспектів категорії «страхова послуга», аналізу її специфічних ознак та особливостей реалізації, без врахування яких неможливо забезпечити ефективний розвиток ринку страхових послуг в Україні.

Вклад основного матеріалу. Визначення сутності категорії «страхова послуга» має дискусійний характер. Зараз у фінансовій науці разом з поняттям «страхова послуга» використовується поняття «страховий продукт», «страховий товар». На жаль, серед вчених немає єдиної думки щодо їх визначення та взаємозв'язку цих понять.

Залежно від виду діяльності продукт (благо) може набувати як предметно-речовинної форми (хліб, метал, меблі, комп'ютер і т. ін.), так і непередметної форми (спів, консультація юриста, лікаря, вчителя тощо) [1]. Якщо взяти за істину дане визначення, то послугу, яку надають страховики, можна віднести до непередметної форми продукту.

Продукт, згідно з теорією К. Маркса, – це поняття, яке слід розглядати значно ширше ніж товар. Для того, щоб стати товаром, продукт повинен бути переданий до рук того, кому він служить у якості споживчої вартості, за допомогою обміну [2, с. 49]. Таким чином, взаємозв'язок вищевказаних понять «продукт» та «товар» дає нам повні підстави віднести страхову послугу до категорії товару. Такої ж думки дотримується Т.А. Говорушко. Страхова послуга є товаром у середовищі страхового ринку з відповідними властивостями споживчою та міноюю вартістю. Але у порівнянні зі звичайним товаром страховик не створює ніякого матеріального продукту. Його економічне благо може бути визначене як невідчутне на дотик і тому відноситься до поняття «послуга» [3, с. 5].

Сьогодні різні фірми, установи надають різного роду послуги, які класифікуються за різними ознаками. Сфера послуг відрізняється своєю різноманітністю. Відповідно до українського законодавства послуги, які надаються страховиками України, належать до категорії фінансових.

Фінансова система є системою перерозподілу, вона акумулює грошові засоби та здійснює їх перерозподіл. Вона не створює продукту, що має відокремлене від її створювача існування. Саме тому результатом діяльності фінансової сфери є фінансові послуги [4].

Фінансова послуга – операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених законодавством, – і за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів, з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів [5]. Страхування як підсистема фінансової системи теж результатом своєї діяльності має послуги, але вже страхові.

Зараз в економічній літературі існує багато визначень категорії «страхова послуга». Страхова послуга – це кінцевий результат діяльності страхової компанії щодо задовільнення потреб клієнтів, пов'язаних із захистом їх майнових та особистих інтересів [6, с. 37]. Послуга у вигляді права на отримання страхового захисту страхувальником у разі настання страхової події та зобов'язань страховика реалізувати це право називається страховою послугою [7].

Однак дозволимо собі не погодитися з поняттям «страхового захисту», яке дають В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич. На їх думку, страховий захист – це сукупність розподільчих та перерозподільчих відносин з приводу відшкодування збитків та надання матеріальної допомоги [8, с. 35]. На наш погляд, помилка даних вчених полягає у тому, що вони відносять страховий захист до сукупності розподільчих відносин. Специфічною ознакою страхування є те, що воно виникає на стадії перерозподільчих відносин.

Це точка зору багатьох дослідників: Т.А. Ротова зазначає, що страхуванню властиві відносини грошового перерозподілу [9, с. 25], згідно думки В.Й. Пліса страхування виражає перерозподільчі відносини [10, с. 10].

Однак, недивлячись на окремі розбіжності у різноманітності існуючих визначень даної категорії, можна зробити висновок, що головним змістом страхової послуги є надання страхового захисту покупцю страхового поліса. Страховий захист у практичній площині набуває вигляду страхового покриття, тобто зобов'язань страховика, спрямованих на забезпечення вимог страхової послуги, кількісні межі якої визначаються страховим полісом.

Таким чином, страховий захист слід розглядати як економічну категорію, яка є теоретичним відображенням перерозподільчих відносин, пов'язаних з виплатами страхових сум та відшкодувань страхувальникам, спричинених страховими подіями, передбаченими страховим договором.

На страховому ринку України страхові послуги надають спеціалізовані організації – страховики. Страховиками визнаються фінансові установи, які створені у формі акціонерних, повних, командитних товариств або товариств з додатковою відповідальністю, які одержали у встановленому порядку ліцензію на здійснення страхової діяльності.

Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, оприлюднила дані Державного реєстру фінансових установ станом на 1 січня 2013 року. Згідно з ними загальна кількість фінустанов, внесених до реєстру на звітну дату, дорівнювало 2038, це майже на 3 % більше показника початку минулого року (1979) [11]. Разом з тим, кількість страхових компаній за останній рік незначно знизилась.

Таблиця 1. Динаміка чисельності страхових компаній в Україні за останні роки [11].

Роки	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Кількість страхових компаній (на кінець року), од.	398	411	446	469	450	456	442	414

Страховики України сьогодні своїм страхувальникам надають різного роду страхові послуги, головна роль яких, як товару, полягає у можливості задовільнення потреб покупців. Страхова послуга є втіленням і практичною реалізацією конкретних продуктів страхової компанії, у зв'язку з чим вона завжди індивідуальна.

Як товар, страхова послуга має споживчу та мінову вартість. Види вартості страхової послуги та їх коротку характеристику наведено на рис. 1.

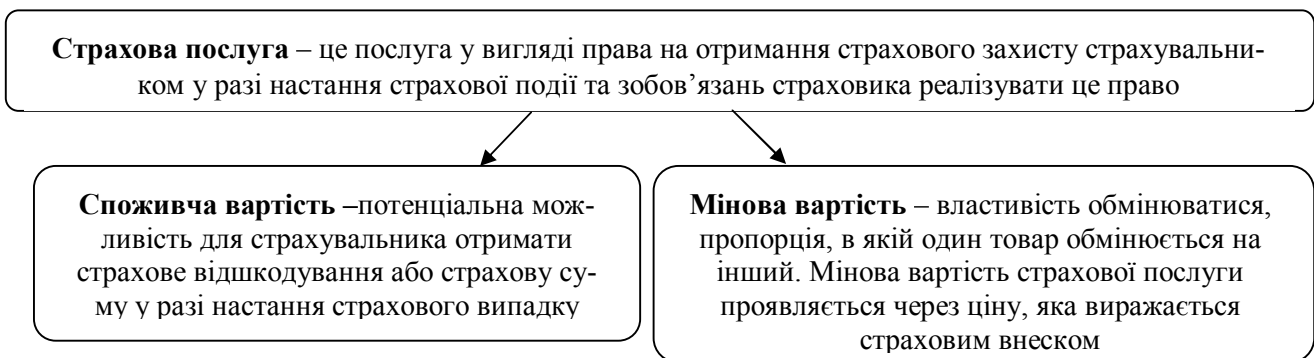


Рис.1. Види вартості страхової послуги.

Як споживчі вартості товари розглядаються, насамперед, якісно, як мінові вартості вони можуть мати лише кількісні відмінності [2, ст. 46]. Однак, страхова послуга є товаром у середовищі страхового ринку з відповідними властивостями споживчою та міноюю вартістю [3, с. 5].

Споживча вартість страхової послуги полягає у забезпеченні страховим захистом страхувальника (покупця), тобто визначається її корисністю в очах страхувальника. До основних особливостей споживчої вартості страхової послуги слід віднести:

– споживча вартість страхової послуги не існує у момент купівлі – продажу, вона пропонується покупцям на ринку тільки як обіцянка. На відміну від звичайного товару, який покупець при покупці може розглянути, помацати або спробувати на смак, страховий продукт таких властивостей не має [1];

– угода між покупцем і продавцем не є прозорою, через те що страхова послуга не матеріальна, що ускладнює оцінку споживачем її якісних характеристик у момент купівлі. Однак непрозорість проявляється тільки з одного боку, а саме для страхувальника. Він при укладанні договору діє наосліп, бо побачити реально за що він платить гроші не має можливості. Для продавця укладання такого договору страхування є повністю прозорим, оскільки він отримує реальні гроші за ту послугу, яку пропонує;

– у будь-якому випадку оплата майбутньої страхової послуги має безумовний характер, а надання самої послуги – умовний характер і залежить від обговорених цими договірними відносинами умов, що формують страхове зобов'язання [7];

– порівняти одну й ту ж послугу, яку пропонують різні страховики, страхувальник може також тільки віртуально;

– споживча вартість віддалена від виконання тривалим строком, тобто вона розтягнута у часі. Страховик на ринку пропонує страхову послугу, за яку покупець повинен сплатити гроші одразу, а отримати її (споживчу вартість) – в майбутньому, а в окремих випадках не отримати зовсім, якщо у період договору не було страхового випадку;

– споживча вартість може бути невиконаною, якщо при ризикових видах страхування не відбудеться страхова подія. У багатьох випадках, якщо покупець не отримав послугу, продавець йому повертає гроші. Наприклад, продавець білетів на концерт, отримавши гроші, або відразу пропускає покупця в концертний зал, або під час і в день, зазначені в білеті. Якщо концерт не відбувся, гроші покупцям квитків повертаються [12, с. 8]. У страхуванні ж справи обстають абсолютно не так: якщо в період дії договору страхувальник не отримував ніяких виплат, то гроші йому не повертаються. Тобто, покупець ніколи не оцінить корисність страхової послуги, яку раніше купив;

– споживча вартість страхової послуги продається на певний строк, обумовлений у договорі страхування [13, с. 24]. Дана особливість належить, як правило, до договорів добровільного страхування, які укладаються на конкретний строк, протягом якого страховик несе відповідальність за отриманий на страхування ризик;

– споживчу вартість, як правило, не можна передати іншій особі. Оскільки продається не річ, а право, то її покупець (страхувальник) не може передавати це право скористатись страховою послугою іншому суб'єкту, якщо така передача не передбачена договором [1];

– відсутня зацікавленість у покупця отримувати споживчу вартість. Купуючи товар чи послугу, покупець зазвичай має бажання скористатись його корисністю. В цьому зацікавлений і продавець, який сподівається на те, що споживши це благо, покупець захоче його придбати ще й ще. Стосовно страхових послуг, то ні страхувальник, ні страховик не зацікавлені у настанні страхової події, яка є об'єктом страхування [1]. Здавалося б, що страхувальник повинен бути зацікавленим у тому, щоб отримати споживчу вартість, однак у реальності навпаки, страхувальник зацікавлений у збереженні свого майна, саме з даною метою він укладає договір страхування. Продавець також не має великого бажання проводити виплату, оскільки розмір виплат посередньо впливає на кінцевий його фінансовий результат.

Особливості споживчої вартості страхової послуги у більшості визначають специфічні ознаки її мінової вартості. Порівняння одного товару з іншим означає, що у них є дещо спільне. Цим спільним не можуть бути споживчі вартості, бо товари якісно розрізняються між собою, цим спільним є мінові вартості.

Мінова вартість – властивість товару обмінюватися, пропорція, в якій один товар обмінюється на інший [14, с. 134]. Мінова вартість страхової послуги виявляється через ціну, яка виражається страховим внеском (платежем, премією). Саме страховий внесок сплачує страхувальник у момент купівлі страхової послуги. Страховий внесок являє собою ціну цієї угоди, і з точки зору визначення його величини необхідно підкреслити два моменти:

- по-перше, страховий внесок сплачується на початку договору страхування, а виплата страхової суми, як правило, відбувається через деякий час (якщо взагалі має місце);
- по-друге, події, у разі настання яких страховик обіцяє виплатити страхову суму, повинні носити випадковий, ймовірний характер.

Ситуація, коли оплата послуги здійснюється заздалегідь, до її надання, являє собою зворотний ("перевернутий") економічний цикл. Такий порядок дій має місце у страхуванні. Зворотний економічний цикл у страхуванні істотно ускладнює розрахунок страхових премій і служить причиною появи математичних резервів [4]. В основі розрахунку страхового внеску лежить страховий тариф. Тариф (тарифна ставка), за якою укладається договір страхування, називається брутто ставкою, вона складається з двох частин: нетто ставки та навантаження. Структура страхового тарифу наведена на рис. 2.



Рис. 2. Складові елементи страхового внеску.

Основним компонентом брутто-ставки є нетто-ставка, частка якої у брутто-ставці складає 60-95 % залежно від виду страхування, відповідно частка навантаження складає 5-40 %. Тому більш детально зупинимося на особливостях визначення основної складової страхового внесу – нетто-ставки.

У багатьох випадках споживач отримує різного роду послуги за конкретними тарифами (розцінками), у розмір яких продавець уже заклав свої майбутні витрати та елементи прибутку. При укладанні договору страхування з конкретним страхувальником неможливо точно встановити у скільки обійдеться страховику саме даний ризик, взятий на страхування. Тобто специфіка страхування полягає у тому, що в момент калькуляції величина збитку не визначена. Це витікає з особливостей споживчої вартості, яка носить випадковий, ймовірний характер.

Тому, калькуляція повинна бути виконана таким чином, щоб з високою ймовірністю покрити у майбутньому можливі збитки, тобто забезпечити гарантії виконання страхових зобов'язань. Для визначення випадкової закономірності по частоті і розмірам збитків необхідно мати інформацію за минулий період. Встановлена закономірність і відповідні її показники проєктуються на період калькуляції. Як при визначенні закономірності розподілу збитку, так і при її проєкції на майбутнє існує можливість помилок, які не можна повністю виключити. Однак треба постаратися звести їх до мінімуму [4].

Тому для встановлення обґрунтованих тарифів страховикам необхідна елементарна статистична інформація. На жаль, сучасні страхові компанії не володіють ідеальною повнотою спостереження, щоб мати у своєму розпорядженні статистичне вираження впливу всіх можливих чинників, які визначають появу будь-якої небезпеки. Це значна проблема, з якою стикаються страховики при проведенні актуарних розрахунків. Однак дана проблема заслуговує окремої уваги та додаткових досліджень.

Висновки. Проведений аналіз теоретичних аспектів сутності категорії «страхова послуга» дозволяє зробити висновки, що страхова послуга є товаром у середовищі ринку фінансових послуг з відповідними властивостями споживчою та міною вартістю. З метою повного задоволення інтересів своїх споживачів у якості пропонованих їм послуг страховики зобов'язані враховувати усі специфічні ознаки свого продукту.

Страхові компанії повинні й надалі проводити роботу щодо вивчення попиту своїх потенціальних страхувальників та зробити все, щоб страхові послуги можна було віднести до послуг першої необхідності, а страховій бізнес став однією з найбільш перспективних галузей економіки країни.

Література

1. Страхування: навч. посібник / за ред. В.Д. Базилевича [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pidruchniki.ws/1584072042387/stpahova-sprava/stpahunannya-bazilivshtvd>.
2. Маркс К. Капитал: Критика политекономии / К. Маркс. – М.: Политиздат, 1973. – Т.1. – Кн.1: Процесс производства капитала. – 907 с.
3. Говорушко Т.А. Страхові послуги: навч. посіб., 2-ге видання перероблене та доповнене / Т.А. Говорушко. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 344 с.
4. Страховая услуга как специфический товар. Цена страховой услуги. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kurs.ido.tpu.ru/courses/soc insuarance/module 5.htm>.
5. Закон України Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг від 12.07.2001 р. № 2664-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua.
6. Яворська Т.В. Страхові послуги: навч. посіб. / Т.В. Яворська – К.: Знання, 2008. – 350 с.
7. Шелехов К.В. Страхування: Конспект лекцій / К.В. Шелехов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/782/21/>
8. Базилевич В.Д. Страхова справа. – 6-ге, вид. стер./ В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич. – К.: Знання, 2008. – 351 с.
9. Рогова Т.А. Страхування: навч. посіб. / Т.А. Рогова, Л.С. Руденко. – К.: Київ. нац. тор-екон. ун-т, 2001. – 400 с.
10. Плиса В.Й. Страхування: навч. посіб. / В.Й. Плиса. – К.: Каравела, 2006. – 392 с.
11. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dfp.gov.ua/734.html>.
12. Гомеля В.Б. Основы страхового дела: учебное пособие / В.Б. Гомелля. – М.: СОМИНТЭК, 1998. – 384 с.
13. Страхові послуги: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / [Я.П. Квач, І.П. Малікова, О.В. Орлова, Н.Д. Полтавченко, Л.К. Сергієнко]; за ред. д.е.н., професора О.С. Редькіна. – Одеса: ОІФ УДУФМТ, СПД Бровкін О.В., 2012. – 248 с.
14. Мочерний С.В. Політична економія: навч. посіб. – 2-ге вид., випр. і доп./ С.В. Мочерний. Я.С. Мочерня. – К.: Знання, 2007. – 684 с.