

В результаті впровадження запропонованих рекомендацій приватне підприємство буде відповідати сучасним вимогам замовників при здійсненні перевезень за кордон, зможе зменшити накладні витрати при експлуатації транспорту, гарантувати терміни доставки вантажів, раціоналізувати процес підготовки і здійснення перевезень, планувати перевезення на перспективу, підвищити рівень безпеки, гарантувати збереження вантажу під час доставки.

Таким чином, рекомендовані заходи впровадження конкретних пропозицій інноваційної політики, спрямованої на покращення індустріального потенціалу, технологій і менеджменту міжнародних перевезень дозволить оптимізувати організацію автотранспортних перевезень, що підвищить ефективність діяльності підприємств транспортної галузі.

Література

1. Гаджинский А. М. Логистика / Гаджинский А. М. – М. : Транспорт, 1999. – 227 с.
2. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України / В. М. Геєць, В. П. Семиноженко. – Харків : Константа, 2006. – 272 с.
3. Голиков Е. А. Маркетинг и логистика / Голиков Е. А. – М., 1999. – 410 с.
4. Концептуальні основи реалізації конкурентної стратегії підприємств регіону в умовах інноваційного розвитку та організації лізингових відносин : монографія / [В. М. Гончаров, Д. В. Солоха, В. Ю. Припотень та ін.]. – Донецьк : СПД Куприянов, 2010. – 366 с.
5. Оптимизация процессов грузовых перевозок : монография / [В. А. Корчагин, С. А. Ляпин, Ю. Н. Деречинский, С. В. Коверга]. – Донецьк : СПД Куприянов В. С., 2009. – 234 с.
6. Наукова та інноваційна діяльність підприємств в Україні / Держкомстат. – К., 2005.
7. Смехов А. А. Основы транспортной логистики / Смехов А. А. – М. : Филин, 1997. – 772 с.

Надійшла 18.10.2010

УДК 368:339.138

Є. М. ЗАБУРМЕХА

Хмельницький національний університет

СТРАХОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГУ

В статті розглянуті різні аспекти поняття «страхування», надане власне визначення страхової діяльності з позиції маркетингу. Наведено трактування понять «страхова послуга» та «страховий продукт», зазначена важливість правильності використання цих понять у діяльності страховиків.

The article deals with various aspects of the concept of «insurance» provided its own definition of insurance from the perspective of marketing. Apply interpretation of the terms «insurance service» and «insurance product» referred to the importance of correct uses of these concepts in the activities of insurers

Ключові слова: страхування, страхова діяльність, страховий продукт, страхова послуга, страховий товар.

Постановка проблеми. Незважаючи на кризові процеси, які відбуваються в економіці країни, страховий ринок продовжує свій розвиток. Посилення конкурентної боротьби серед страховиків вимагає від компаній розширення асортименту послуг, підвищення якості обслуговування, розробки програм лояльності тощо. Останнім часом дуже часто застосовуються поняття «страхова діяльність», «страховий продукт» та «страхова послуга». Проте, слід зазначити, що сьогодні відсутнє однозначне їх трактування. З'ясування особливостей цих двох понять є дуже важливим для визначення правильності їх використання страховиками. Відсутність же єдиного визначення цих понять викликає розгубленість серед страхувальників та зниження і без того невисокого попиту на страховому ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Поняття «страхування» розглядалося багатьма науковцями, серед яких С.С. Осадець, М.М. Александрова, Л. Корчевська, Л. Юрченко, П.Л. Штефюк, О. Зубець та інші. Серед праць вітчизняних та зарубіжних вчених часто зустрічається поняття «страхова діяльність», але відсутнє його визначення. Також немає однозначного трактування таких термінів, як «страховий продукт» та «страхова послуга», тому окреслена проблема потребує подальших досліджень.

Метою статті є дослідження понять «страхування» та «страхова діяльність», та узагальнення понять «страховий продукт» і «страхова послуга» задля полегшення подальшого використання цих інструментів у діяльності страховиків.

Виклад основного матеріалу. Страхування як одна з найдавніших історичних категорій суспільно-економічних відносин між людьми є невід'ємною частиною виробничих відносин.

На думку західних філологів термін «страхування» має латинське походження і має в основі слова «securus» та «sine cura» які перекладаються як безтурботний. У слов'янських мовах поняття страхування пов'язувалось зі словом «страх». Тому досі вираз «страхування» вживається у значенні «підтримка», «гарантія успіху» тощо.

В сучасних умовах цей термін найчастіше використовується в якості інструменту захисту майнових інтересів фізичних та юридичних осіб, як елемент відшкодування матеріальних втрат при настанні страхового випадку.

Страхові компанії у всьому світі розглядаються як могутні фінансові та інвестиційні інститути, окрім того вони вирішують проблему зайнятості у світі. Таким чином, роль страхування відображає практичне застосування цієї економічної категорії та полягає [1] в:

- забезпеченні стабілізації відтворювального процесу та економічній сталості в суспільстві;
- оптимізації ресурсів, що спрямовані на організацію економічної безпеки;
- раціоналізації формування та використання коштів, призначених для здійснення соціальних програм, превенцій тощо;
- створенні додаткових джерел ресурсів для інвестування в економіку країни.

Новий тлумачний словник української мови визначає слово «страхування» як «уберігати кого-, що-небудь від чогось небажаного, неприємного».

У Законі України «Про страхування» наведено офіційне тлумачення цього терміну: «страхування – це вид цивільно-правових відносин щодо захисту майнових інтересів громадян та юридичних осіб у разі настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством за рахунок грошових фондів, що формуються шляхом сплати громадянами та юридичними особами страхових платежів (страхових внесків, страхових премій)».

Але вчені-економісти вважають, що таке визначення страхування перевантажене правовими аспектами і намагаються розглядати поняття страхування як економічну категорію.

Так, на початку ХХ ст. німецький вчений А. Манес представляв страхування як вид економічної передбачуваності, та, водночас, як організацію, що ґрунтується на самопомозі [1].

Але на сьогодні західна наукова думка не приділяє значної уваги пошукам визначення категорії «страхування». Наприклад, відомі Пол А. Самуельсон та Вільям Д. Нордхауз в «Економіці» відмічають, що ринок управляє ризиками за допомогою їх розподілу, а розповсюдженою формою розподілу ризиків є страхування. Тобто страхування представляється як спосіб захисту від ризиків.

Радянський економіст К. Г. Воблій розглядав страхування як вид господарської діяльності на основі солідарності та передбачуваності, які мають на меті покриття майбутнього нестатку, який викликаний настанням страхового випадку.

У страховому словнику «Страхование от А до Я» Л. Корчевська та К. Турбіна пов'язують страхування з видом економічної діяльності з перерозподілу ризику нанесення збитку майновим інтересам серед учасників страхування, яка здійснюється спеціалізованими організаціями, що забезпечують акумуляцію страхових внесків, створення страхових резервів та здійснення страхових виплат [2].

П.Л. Штефюк і Т.Ю. Штефюк вважають, що страхування – необхідний елемент виробничих відносин [3, с. 6].

Як зазначає Л.О. Юрченко, страхування – одна з найдавніших категорій суспільно-виробничих відносин [4, с. 10].

Т.А. Ротова і А.С. Руденко представляють страхування як економічну категорію, яка обумовлена рухом грошової форми вартості при формуванні та використанні відповідних цільових фондів у процесі розподілу й перерозподілу грошових доходів і накопичень [5, с. 22].

В. Шахов дає таке визначення: страхування – це система економічних відносин, що включає сукупність форм і методів формування цільових фондів грошових коштів та їх використання для відшкодування збитку при різних непередбачуваних несприятливих явищах, а також на надання допомоги громадянам при настанні певних подій в їхньому житті [6, с. 44].

Сучасні вітчизняні вчені В. Базилевич, К. Базилевич розглядають зміст страхування з позицій природних інтересів, економічної зумовленості необхідності створення зазначеного різновиду людської діяльності, у соціальному плані, в юридичному та міжнародному аспектах. Проте визначення терміну страхування не наводять.

Найбільш широко та детально характеризується ця категорія в роботах С.С. Осадця. Він акцентує увагу на тому, що страхування – це двосторонні економічні відносини, які полягають у тому, що страхувальник, сплачуючи грошовий внесок, забезпечує собі (чи третій особі) у разі настання події, обумовленої договором або законом, суму виплати з боку страховика, який утримує певний обсяг відповідальності і для її забезпечення поповнює та ефективно розміщує резерви, вживає превентивних заходів, спрямованих на зменшення ризику, а при потребі перестраховує частину своєї відповідальності [7, с. 24].

Економічна сутність страхування визначається двома основними механізмами, що закладені в страхуванні, а саме:

- ефект рідкісних подій, коли страховий випадок протягом певного періоду часу відбувається не у всіх учасників формування страхового фонду;
- ефект накопичення, коли страховий внесок завжди менший від страхової виплати, тому що страхові виплати видаються не одночасно, що враховується через дисконтуючий множник па інвестиційні прибутки страхової компанії [1].

Категорія страхування має характерні ознаки, зокрема:

- наявність розподільчих та перерозподільчих відносин;
- існування страхового ризику, тобто страхуванню властивий вірогідний характер відносин;
- формування страхового фонду за рахунок внесків його учасників;
- поєднання індивідуальних та групових страхових інтересів;
- солідарна відповідальність всіх страхувальників за втрати;
- замкнута розкладка суми страхового збитку;
- перерозподіл збитку в просторі та часі;
- повернення страхових платежів, що мобілізовані до страхового фонду;
- самоокупність страхової діяльності та отримання прибутку страховиком.

Як видно із зазначених ознак, страхування має риси економіки, фінансів, кредиту, підприємництва, але й принципові відмінності [1].

Але розглядаючи та узагальнюючи поняття «страхування» з правових та економічних точок зору, недостатня увага приділена розвитку такого поняття, як страхова діяльність. Це поняття зустрічається у Законі України «Про страхування», але визначення цього поняття не наводиться. У роботах українських та зарубіжних вчених визначення страхової діяльності майже не зустрічається.

Наприклад, Щербина В.С. розглядаючи це питання з правової точки зору вважає, що страхова діяльність – це врегульована нормами права господарська діяльність страхових організацій з надання страхових послуг за рахунок сформованих страхових фондів, що здійснюється на підставі ліцензії, як правило, з метою отримання прибутку [8].

Яворська Т.В. також вважає страхову діяльність видом господарської діяльності, оскільки це діяльність страхових компаній, що спрямована на надання за плату страхових послуг юридичним особам та громадянам для захисту їх майнових інтересів [20, с. 14].

На нашу думку поняття «страхова діяльність» не розглядається як економічне поняття і знаходиться «у тіні» поняття «страхування». Розглядаючи страхову діяльність як об'єкт дослідження маркетингу, ми пропонуємо таке визначення страхової діяльності: страхова діяльність – це вид комерційно-господарської діяльності спрямованої на створення попиту та надання за плату страхових послуг із перерозподілу ризику, які надаються спеціалізованими компаніями, та отримання прибутку через максимальне задоволення споживачів.

Виходячи з такого визначення, слід більш детально розглянути поняття «страховий продукт» та «страхова послуга».

У вітчизняному законодавстві відсутнє тлумачення понять «страхова послуга» та «страховий продукт». У «Концепції розвитку страхового ринку України до 2010 року», яка схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України 23 серпня 2005 р., зазначаються негативні чинники, які стримують розвиток ринку страхових послуг, а також до позитивних результатів розвитку страхового ринку віднесено реальне зростання обсягів страхових операцій з усіх видів страхування [9]. Але сутність проаналізованих визначень не розкривається.

Термін «страховий продукт» більше використовують на Заході, де існують такі його концепції [10, с. 33–35]:

– Компенсаційна концепція, за якої ризик випадкового погіршення матеріального стану страхувальника компенсується можливістю випадкової виплати.

– Інформаційна концепція. Її автором є німецький учений Вольфганг Мюллер, який вважав, що «страховий продукт» і «страхова послуга» мають різне значення. Страхова послуга, що надається страхувальнику, полягає у наданні гарантії, а будь-який страховий продукт є певним обсягом інформації, що містить умови видачі страхової гарантії.

– Концепція 3-рівневого продукту за Халлером, згідно з якою виділяють три підсистеми страхового продукту: фінансову, технічну, соціальну. З фінансової точки зору, страховий продукт виражається страховим полісом і діями страховика впродовж терміну чинності договору страхування; з соціальної – страховий продукт дає змогу розпоряджатися страховим забезпеченням; з технічної – страховий продукт забезпечує необхідне співвідношення між преміями та відшкодуванням.

– Концепція Д. Фарні, за якою страховий продукт є системою, що містить у собі ризикову, нагромаджувальну та забезпечувальну підсистеми. Клієнт усвідомлює корисність страхового продукту на основі досвіду й довіри, тому велику увагу мають приділяти його реалізації.

Серед вчених-економістів також відсутня спільна думка щодо трактування цих чинників функціонування страхового ринку. На думку одних фахівців, страховики виробляють і продають страхові послуги, інших – страхові продукти. Більше того, існують точки зору, які чи ототожнюють поняття «страховий продукт» і «страхова послуга», чи відокремлюють кожне з них.

Так, наприклад, С.С. Осадець не диференціює поняття «страховий продукт» і «страхова послуга», які в його працях виступають як синоніми: страховий продукт (послуга) – це комплекс цивільноправових відносин щодо захисту майнових інтересів громадян та юридичних осіб у разі настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством [7, с. 143].

На погляд В.Д. Базилевича і К.С. Базилевича поняття «страховий продукт» і «страхова послуга»

потрібно об'єднати як «специфічну послугу» [12, с. 43].

За визначенням Мальченко В.М. страховий продукт – це набір основних і допоміжних послуг, які надаються громадянам та юридичним особам за укладання договору страхування [13, с. 128].

Водночас М.М. Александрова взагалі відкидає поняття «страховий товар» та зазначає, що «страховий продукт» – більш вузьке поняття за «страхову послугу», оскільки остання включає у себе «значний спектр інших операцій» [1, с. 107].

В свою чергу А.Н. Зубець визначає страховий продукт як набір послуг з попередження і ліквідації наслідків конкретного переліку несприятливих обставин, зазначених у договорі страхування, який страхова компанія надає клієнту [14, с. 17].

В.Б. Гомеля і Д.С. Туленти представляють страховий продукт як «результат людської діяльності зі здійснення економічного захисту від наслідків різних випадкових і ймовірних природних і суспільних явищ. Страховий продукт конкретизується у страховій послугі або у послугі зі страхового захисту» [15, с. 30–31].

Інші науковці розглядають страховий продукт як комплект документів, необхідних при наданні страхової послуги. Наприклад, М.М. Сухоруков зазначає: «Страховий продукт – це документально оформлені зобов'язання страховика, згідно з якими він повинен надати страхувальнику на платній основі страхову послугу» на умовах, попередньо узгоджених у договорі страхування [16, с. 9].

Тієї ж думки дотримуються і Р.М. Хайкін та В.В. Перемолотов, які зазначають, що під продуктом страховики найчастіше розуміють той комплект документації, який є ліцензійним, плюс рекламні буклети..., продукт – це маркетинг поля, комерціалізація документації плюс система набору, підготовки агентів і управління агентською мережею [17, с. 20]. Також у їхніх працях поряд з поняттям «страховий продукт» вживається поняття «технологія страхування», яке вони ототожнюють зі страховим продуктом.

В свою чергу М. Клапків наголошує, що страхова послуга – це діяльність, «у процесі якої забезпечується якісний супровід основних фінансово-економічних завдань страхування: трансфер ризику, організація заощаджень страхувальниками та страховий консалтинг» [18, с. 107].

Таким чином ми бачимо, що єдиної думки щодо визначення понять «страховий продукт» та «страхова послуга» не існує, більш того не існує згоди у питанні, яке з понять є більш широким. З одного боку страховий продукт розглядається як набір основних та допоміжних послуг, з іншого – страхова послуга є реалізацією конкретних страхових продуктів.

Щоб краще зрозуміти сутність цих понять наведемо загальне визначення понять «послуга» та «продукт». Послуга – дія або діяльність когось на користь іншої особи. В комерції це трудова доцільна діяльність, результати якої відображаються у корисному ефекті, особливій споживній вартості. Продукт – товар, який ідеально задовольняє бажання чи потреби ринку.

Якщо розглядати страхові продукт та послугу з точки зору цих визначень, можна сказати, що придбавши страховий продукт (уклавши страхову угоду), клієнт купує право на отримання страхових послуг. Враховуючи неможливість отримання страхової послуги без придбання страхового продукту, можна вважати, що він є невід'ємною складовою послуги.

Таким чином, можна стверджувати, що страховий продукт – це документ, який підтверджує зобов'язання страховика. А страхова послуга – це сума благ, які отримує страхувальник протягом терміну дії страхового продукту.

Але, найконкретнішим і, відповідно, таким, що найточніше описує сучасний продукт і послугу страхування є поняття «страховий товар», але нажаль, нині воно майже не застосовується.

Внаслідок відсутності єдиного визначення поняття «страхового продукту» немає однакового трактування його особливостей. Переважно українські, російські і польські економісти виділяють дві основні особливості страхових продуктів, а саме:

- 1) нематеріальність (відсутність натурально-речового вмісту);
- 2) неналежність страхових продуктів до послуг першої необхідності, наприклад, медичних чи транспортних, внаслідок чого їх реалізація ускладнена [19].

Сьогодні, при практичному застосуванні понять «страховий продукт» та «страхова послуга» українські страховики найчастіше ототожнюють їх. Наприклад, страхова компанія «Континент» ставить знак рівняння між страховими продуктами та послугами, які вона надає. Компанія «Універсальна» пропонує «страхові послуги», а СК «Провідна» – «страхові продукти». Що стосується страхової компанії «АСКА-життя», то вона не тільки ототожнює два цих поняття між собою, але й сміливо прирівнює їх до терміну «страхова програма». Така ситуація має місце тому, що дійсно поняття «страховий продукт» та «страхова послуга» невіддільні один від одного.

Висновки. Зважаючи на зниження і без того недостатнього попиту на ринку страхування чітке визначення категоріального апарату надасть можливість усунути розбіжності у термінології діючих страховиків, що може прослужити поштовхом для підвищення обізнаності потенційних страхувальників та зменшення невизначеності у питаннях страхової діяльності.

Література

1. Александрова М. М. Страхування : [навч.-метод. посібник] / Александрова М. М. – К. : ЦУЛБ

2002. – С. 116.

2. Страхование от А до Я: книга для страхователя / [под ред. Л. И. Корчевской, К. Е. Турбиной]. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 624 с.

3. Штефюк П. Л. Страхування : [навч. посібник] / П. Л. Штефюк, Т. Ю. Штефюк. – Чернівці : Прут, 2001.

4. Юрченко Л. А. Финансовый менеджмент страховика / Л. А. Юрченко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001.

5. Ротова Т. А. Страхування : [навч. посібник] / Т. А. Ротова, Л. С. Руденко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001.

6. Шахов В. В. Страхование / В. В. Шахов. – М. : Анкил, 2002.

7. Страхування : [підручник / кер. авт. кол. і наук. ред. С. С. Осадець]. – 2-е вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2002.

8. Щербина В. С. Господарське право України : [навч. посібник] / Щербина В. С. – [2-е вид., перероб. і доп.]. – К. : Юрінком Інтер, 2001. – 384 с.

9. Про схвалення Концепції розвитку страхового ринку України до 2010 року : [розпорядження Кабінету Міністрів України від 23 серпня 2005 р. № 369-р] [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua

10. Говорушко Т. А. Страхові послуги : [навч. посібник] / Т. А. Говорушко. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005. – 400 с.

11. Страхування : [підручник / керівник авт. колективу і наук. ред. С. С. Осадець]. – 2-е вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2002. – 599 с.

12. Базилевич В. Д. Страхова справа / В. Д. Базилевич, К. С. Базилевич. – [2-е вид., перероб. і доп.]. – К. : Знання, КОО, 2002. – 271 с.

13. Мальченко В. М. Маркетинг послуг : [навч. посібник] / В. М. Мальченко. – К. : КНЕУ, 2006. – 360 с.

14. Зубец А. Н. Страховой маркетинг / Зубец А. Н. – М. : Анкил, 1998. – 256 с.

15. Гомелля В. Б. Страховой маркетинг (Актуальные вопросы методологии, теории и практики) / В. Б. Гомелля, Д. С. Туленты. – [2-е изд.]. – М. : Анкил, 2000. – 128 с.

16. Сухоруков М. М. Технология продаж страховых продуктов / Сухоруков М. М. – М. : Анкил, 2004. – 136 с.

17. Хайкин Р. М. С чем едят страховые продукты / Р. М. Хайкин, В. В. Перемолотов // Страховое дело. – 2000. – № 5. – С. 20.

18. Клапків М. С. Страхування фінансових ризиків / Клапків М. С. – Тернопіль : Економічна думка, Картбланш, 2002. – 570 с.

19. Прядка А. Загальне та відмінне “страхового продукту” та “страхової послуги” [Електронний ресурс] / Анастасія Прядка // Страхова справа. – 2007. – № 1(25). – Режим доступу : www.forINSURER.com

20. Яворська Т. В. Страхові послуги : [навч. посібник] / Яворська Т. В. – К. : Знання, 2008. – 350 с.

Надійшла 03.10.2010

УДК 338

Н. Ю. ЯКИМЧУК, В. Л. КАРПЕНКО

Хмельницький національний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

В статті розглянуто сучасний стан страхового ринку України, здійснено аналіз відносних, абсолютних та якісних показників діяльності страхових компаній, структури валових страхових премій та валових страхових виплат. Розглянуто основні показники розвитку страхового ринку України. Встановлено особливості, характерні вітчизняному страховому бізнесу.

A modern insurance market of Ukraine condition is considered in the article, the analysis of relative, absolute and high-quality indexes of dil'nosti of insurance companies, structure of gross insurance bonuses and gross insurance payments is carried out. The basic indexes of insurance market of Ukraine development are considered. Features, characteristic domestic insurance business, are set.

Ключові слова: страхування, ринок страхових послуг, страхові виплати, страхові премії, страхові компанії.

Актуальність дослідження. Становлення України як незалежної, демократичної країни з ринковою економікою створило умови для виходу країни на міжнародний ринок страхових послуг. Формування нової системи господарювання в Україні вносить принципові зміни в організацію страхової справи. Варто зазначити, що страхування – чи не єдина галузь економіки України, яка протягом останніх років має стабільний значний щорічний приріст обсягів наданих послуг.

Основною метою розвитку страхового ринку є підвищення рівня страхового захисту майнових інтересів фізичних та юридичних осіб, зменшення витрат держави на попередження і ліквідацію наслідків