

УДК 368

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ПЕРЕСТРАХУВАЛЬНОЇ ПОСЛУГИ У СИСТЕМІ СТРАХОВИХ ВІДНОСИН

Ольга Володимирівна КНЕЙСЛЕР

к.е.н., доцент кафедри фінансів суб'єктів господарювання і страхування Тернопільського національного економічного університету

Анотація. В статті досліджено сутність перестраховальної послуги, її взаємозв'язок із страховою послугою. Визначено критерії ідентифікації перестраховальної послуги у системі страхових відносин.

Аннотация. В статье исследована сущность перестраховочной услуги, ее взаимосвязь со страховой услугой. Определены критерии идентификации перестраховочной услуги в системе страховых отношений.

Ключові слова: страхова послуга, страховий продукт, перестраховальна послуга, перестрахова діяльність, перестраховування.

Ключевые слова: страховая услуга, страховой продукт, перестраховочная услуга, перестраховочная деятельность, перестрахование.

Постановка проблеми. Основою організації страхових відносин є перестраховальна послуга, існування якої обумовлюється потребою страховиків у захисті майнових інтересів щодо виконання зобов'язань перед страхувальниками. Відтак об'єктивна необхідність у перестраховальному захисті породжує попит на специфічну перестраховальну послугу, а наявність інтересу в перестрахованні ризиків формує пропозицію її окремих форм, методів і видів. Зважаючи на це, виникає необхідність дослідження сутності перестраховальної послуги як вихідної основи формування ринку перестраховування, визначення критеріїв її ідентифікації у системі страхових відносин з врахуванням особливостей перестрахової діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сутність та характерні ознаки страхових послуг досліджували у своїх працях чимало вітчизняних і зарубіжних учених-економістів. Серед них необхідно відзначити доробки О. Гаманкової, Т. Говорушко, В. Гомелля, Д. Туленти, Г. Кравчук, О. Охріменко, С. Скибінського та інших дослідників. Проте, віддаючи належне працям цих науковців, зауважимо, що в економічній літературі недостатню увагу приділено теоретичній концептуалізації перестраховальної послуги, визначенню її специфічних ознак у сукупності страхових відносин. Усе це підвищує актуальність дослідження сутнісних характеристик перестраховальної послуги.

Метою статті є визначення сутності перестраховальної послуги та формулювання специ-

фічних ознак її ідентифікації у системі страхових відносин з врахуванням особливостей перестрахової діяльності.

Обґрунтування отриманих наукових результатів. Перестраховальна послуга є однією з форм проявів перестраховування у системі страхових відносин. Однак у вітчизняному законодавстві відсутнє тлумачення перестраховальних послуг, проте передбачається їх виокремлення у складі фінансових послуг, зокрема послуг у сфері страхування [1]. Водночас у законодавстві Європейського Союзу та Генеральній угоді про торгівлю послугами у переліку фінансових послуг, які в рамках СОТ вважаються страховими, виділяють такі: пряме страхування; перестраховування і ретроцесію; страхове посередництво; допоміжні послуги із страхування [2]. Відтак у правових актах перестраховальна послуга розглядається у складі страхових послуг, зважаючи на те, що надання страхових і перестраховальних послуг взаємно доповнюють одне одного, об'єднуючись за економічною природою у єдиному страховому середовищі.

При цьому зазначимо, що в економічній літературі значна увага приділяється трактуванню страхової послуги, тоді як дефініція «перестраховальна послуга» практично не розглядається. Відповідно, враховуючи спільний економічний характер цих послуг, узагальненні наукові підходи до визначення страхової послуги буде покладено в основу з'ясування сутності перестраховальної послуги із врахуванням специфіки перестраховальної діяльності.

У вітчизняній і зарубіжній літературі поняття «страхова послуга» розглядається з різних позицій. Дотепер ведуться дискусії щодо тотожності, взаємозаміни та виокремлення понять «страхова послуга», «страховий товар», «страховий продукт».

Ототожнює поняття «страхова послуга» і «страховий товар» М. Трофімова, стверджуючи, що «страхова послуга є страховим товаром, а страховий товар дістає своє втілення у конкретній страховій послугі» [3, с. 11]. Водночас Т.А. Говорушко стверджує, що страхова послуга є товаром у середовищі страхового ринку, який пропонує страхова компанія страхувальнику за певну плату (страхову премію) [4, с. 15]. Відтак, страхова послуга, як товар має місце на страховому ринку, виступаючи при цьому об'єктом купівлі-продажу.

О. О. Гаманкова, займаючи протилежну позицію, зауважує, що страхова компанія «продає на ринку не товари, а послуги» [5, с. 21]. Таке твердження автора, на нашу думку, є дискусійним, оскільки не доцільно послугу протиставляти товару. Погоджуємося з твердженням В. Б. Гомелля і Д. С. Туленти, що «страхова послуга може не бути страховим товаром, якщо вона не продається і не купується, і може бути страховим товаром, якщо вона виробляється для продажу, і цей продаж стає регулярним» [6, с. 20-21]. Таким чином, з одного боку, страхову послугу доцільно можна вважати специфічним товаром у сфері страхування, однак за умови її призначення для купівлі-продажу на страховому ринку, з іншого – страхова послуга і страховий товар є тотожними за змістом, однак відрізняються за формою. Як зазначає С. Б. Скибінський, «страхова послуга передбачає форму надання страхового захисту, а страховий товар виступає об'єктом торгівлі» [7, с. 158].

Враховуючи вище наведене, зазначимо, що страхова послуга є особливим страховим товаром у тому випадку, коли стає об'єктом маркетингової діяльності страховика та володіє споживчою і міноюю вартістю. У даному контексті перестраховальна послуга має споживну вартість, тобто усвідомлену перестраховальником корисність, що полягає у здатності забезпечити перестраховальний захист його майнових інтересів від непередбачуваних ситуацій, які загрожують страховій платоспроможності, фінансовій стійкості та рентабельності страхових операцій. Відтак споживна вартість перестраховальної послуги характеризує додаткові гарантії та потен-

ційні можливості для прямого страховика виконати зобов'язання перед страхувальниками за договором страхування, а перестраховальний захист матеріалізується у формі часткової компенсації страхових виплат, покриття збитків прямого страховика.

Мінова вартість перестраховальної послуги знаходить своє вираження у перестраховальній премії як платі за передачу ризику у перестраховування та характеризує витрати перестраховика щодо надання певних послуг із перестраховального захисту. Взаємозв'язок між споживною і міноюю вартістю перестраховальної послуги знаходить своє відображення при встановленні ціни, яка повинна бути адекватною ступеню перестраховального ризику, корисності і якості перестраховальної послуги та забезпечувати можливість отримувати доходи у вигляді комісійної винагороди.

Щодо співвідношення понять «страхова послуга» та «страховий продукт», то одні науковці ототожнюють ці поняття, тоді як інші – їх розмежовують. Скажімо, Т. А. Говорушко наголошує на тому, що порівняно зі звичайним товаром страховик не створює ніякого матеріального продукту, а тому його продукт може бути визначений як невідчутна діяльність і тому відноситися до поняття «послуга» [4, с. 27]. А. С. Шолойко, досліджуючи особливості співвідношення зазначених вище понять, робить висновок про те, що страховим продуктом, тобто кінцевим результатом страхової діяльності є страхова послуга, яка виробляється для продажу [8, с. 109].

Неоднозначною є позиція стосовно виокремлення страхового продукту в страховій послугі. Так, Є. М. Забурмеха стверджує, що «з одного боку, страховий продукт розглядається як набір основних і допоміжних послуг, з іншого – страхова послуга є реалізацією конкретних страхових продуктів» [9, с.176].

О. О. Охріменко розглядає страховий продукт як комплекс послуг, що охоплює основні та додаткові послуги [10, с. 152], таким чином вважаючи поняття «страховий продукт» більш широким порівняно із страховою послугою. Водночас, Я. П. Шумелда вважає термін «страхова послуга» ширшим і загальним, а «страховий продукт» більш вузьким і конкретним. Автор розглядає страхові послуги як форму захисту об'єктів страхування від дії ризиків, а страхові продукти – як окремі різновиди страхових послуг [11, с. 62]. На нашу думку, страховий продукт – це результат діяльності страховика щодо визначення умов і правил стра-

хування за окремими страховими послугами, а страхові послуги – це сума благ, що може надати страховик та отримати страхувальник для захисту своїх майнових інтересів, втілених у страховому продукті. А вище наведені наукові підходи, при цьому, відрізняються між собою, однак не заперечують один одного, а лише доповнюють.

Підсумовуючи наведене вище, зазначимо, що продукт у сфері перестраховування формується ще до його купівлі-продажу, відповідно пройшовши розробку, андерайтинг, актуарні розрахунки. Однак, на відміну від страхового продукту, продукт перестраховальних відносин набуває форми об'єкту торгівлі та трансформується у товар на ринку перестраховування тільки після узгодження усіх позицій перестраховальних договорів обома учасниками перестраховування. Тобто, продукт у перестраховуванні є результатом діяльності, як перестраховика, так і перестраховальника, які залежно від форм і методів перестраховування визначають умови і правила перестраховального процесу. При цьому такий продукт прив'язаний до страхового ризику, що передається у перестраховування, та знаходить своє відображення у договорі перестраховування.

Найбільш повно, на нашу думку, розкривається сутність страхового продукту у визначенні Г. В. Кравчук: «Страховий продукт – це сукупність процедур (організаційних, інформаційних, фінансових, юридичних) і правил, об'єднаних єдиною технологією обслуговування клієнтів, як законодавчо встановлених, так і розроблених самостійно страховою компанією щодо ефективного здійснення конкретних видів страхування даною компанією у відповідності до її політики і корпоративної культури й в обов'язковому порядку формалізованих у відповідній документації, через яку даний продукт пропонується на ринку страхових послуг потенційним споживачам» [12, с. 31–40]. Відповідно, реалізація процедур і правил, закріплених у продукті перестраховування, здійснюється шляхом виконання конкретних операцій, що супроводжують процес надання перестраховальних послуг. Водночас не доцільно пов'язувати перестраховальну послугу тільки із компенсацією частини страхових виплат за договором страхування. На нашу думку, послуга із перестраховального захисту виникає під час укладання перестраховального договору та сплати перестраховальної премії, а її повна реалізація відбувається в момент настання страхового випадку за договором перестраховування.

Враховуючи проведене вище дослідження, зазначимо, що специфікою перестраховальних

відносин є безумовно перестраховальна послуга, яка має спільну економічну природу із страховою послугою та вторинний, допоміжний характер, у відношенні до неї. Водночас, перестраховальній послугі притаманні певні особливості, що визначають предмет перестраховування та ідентифікують її у сфері страхування як специфічну послугу. Скажімо, предмет за договором страхування не співпадає із предметом договору перестраховування, а отже свідчить відмінні майнові інтереси учасників договірних відносин. При укладанні перестраховального договору перестраховальник захищає власні страхові інтереси, забезпечуючи собі додаткові гарантії виконання страхових зобов'язань, а страхувальник – майнові інтереси, пов'язані: із життям, здоров'ям і працездатністю; водінням, користуванням і розпорядженням майном; відшкодуванням страхувальником заподіяної ним шкоди особі або її майну. У зв'язку з цим, перестраховальні послуги мають певні відмінності, а тому їх не доцільно розглядати у складі страхових послуг.

Особливістю договорів страхування і перестраховування є їх учасники. Якщо договір страхування укладається між страховою компанією і страхувальником, який може бути фізичною або юридичною особою, то перестраховальний договір – лише між юридичними особами – професійними страховиками.

До особливостей договірних відносин у страхуванні і перестраховуванні доцільно віднести оплату договорів. Якщо договір страхування відноситься до реальних договорів, тобто таких, які набувають чинності з моменту оплати страхувальником страхової премії або першого страхового внеску, то договір перестраховування є переважно консенсуальним, що набуває чинності з моменту його укладання [13, с. 18]. Це пояснюється тим, що договори перестраховування укладаються між страховими компаніями – професіоналами на страховому ринку. За згодою сторін перестраховальних відносин оплата перестраховальної премії може здійснюватися впродовж дії договору перестраховування, при цьому вона є обов'язковою, а договір набуває чинності в момент укладання. Однак можлива ситуація, коли у договорі перестраховування передбачено, що він набирає чинності тільки після виплати цедентом цесіонарію перестраховальної премії за те, що останній прийняв у перестраховування частину його ризику [14, с. 120]. Тому, з одного боку, така ознака розмежування договірних відносин у страхуванні і перестраховуванні є досить умовною,

з іншого – суттєво визначає їх специфіку, оскільки страховий договір вважається чинним тільки після оплати страхувальником страхової премії.

Отже, зазначені вище відмінності у договорах страхування і перестраховування характеризують різну правову природу страхових і перестраховувальних відносин, а тому унеможливають юридичне ототожнення страхових і перестраховувальних послуг. І як стверджує І. Богданов, «таке ототожнення, здійснене піз впливом певних моментів суттєво зовнішньої, формальної тотожності, ігнорує внутрішні матеріальні відмінності між перестраховуванням і страхуванням, позбавляючи перше його своєрідності, а друге розширює за його звичайні межі» [15, с. 17].

Висновки. Підбиваючи підсумки, зауважимо, що специфіка перестраховувальної послуги визначається організаційно-правовою природою

перестрахової діяльності. «Перестрахова діяльність – особливий вид господарської діяльності, оскільки її предметом є надання специфічних послуг (перестрахових), що здійснюються за плату, постійно і на професійній основі» [16, с. 102]. Відтак, вихідною основою формування ринку перестраховування є перестраховувальна послуга, яка характеризує сукупність договірних відносин між перестраховувальником і перестраховиком щодо визначення умов і правил перестраховування та їх реалізації з метою отримання корисного ефекту у вигляді перестраховувального захисту та задоволення економічних інтересів обох учасників. З огляду на сказане, неабиякий інтерес представляє подальше дослідження ринку перестраховування як новітньої форми організації економічних відносин у системі страхових відносин, його інституціональної структури та методології розвитку.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» №2664-III від 12.07.2001 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/shows/2664-14>.

2. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» №2664-III від 12.07.2001 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/shows/2664-14>.

3. Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС) [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.rgwto.com/wto.asp?id=3668&doc_id=2011.

4. Трофимова М. Страховой продукт як центральний елемент страхового маркетинга / М. Трофимова // Страховое ревю. — 2003. — № 10. — С. 10–24.

5. Говорушко Т. А. Страхові послуги: навч. посіб. / Т. А. Говорушко. — К. : Центр навчальної літератури, 2005. — 400 с.

6. Гаманкова О. О. Страхова послуга: сутність та необхідність законодавчого визначення / О.О. Гаманкова // Фінанси, облік і аудит. — К. : КНЕУ, 2005. — Випуск 6. — С. 19–25.

7. Гомелля В. Б. Страховой маркетинг (Актуальные вопросы методологии, теории и практики). Второе издание / В. Б. Гомелля, Д. С. Туленты. — М. : Анкил, 2000. — 128 с.

8. Скибінський С. В. Поняття страхової послуги, її специфіка та характеристики / С. В. Скибінський, Н. Р. Балук // Науковий вісник НЛТУ України. — 2007. — Вип. 17.8. — С. 156–165.

9. Шолойко А. С. Основна сутність понять

«страхова послуга» і «страховий продукт» / А. С. Шолойко // Економіка АПК. — 2009. — № 5. — С. 105–109.

10. Забурмеха Є. М. Страхова діяльність як об'єкт дослідження марткеингу / Є. М. Забурмеха // Вісник Хмельницького національного університету. — 2010. — № 6, Т. 4. — С. 173–177.

11. Охріменко О. О. Страховий захист: менеджмент, маркетинг, економіка безпеки (туристське підприємництво): навч. посіб. / О. О. Охріменко. — К. : Міжнародна агенція «BeeZone», 2005. — 416 с.

12. Шумелда Я. П. Страхування: навч. посіб. Видання друге, розширене / Я. П. Шумелда. — К. : Міжнародна агенція «БІЗОН», 2007. — 384 с.

13. Кравчук Г. В. Характеристика страхового продукту, страхової операції та страхової послуги / Г. В. Кравчук // Збірник наукових праць Української академії банківської справи Національного банку України. — Суми, 2010. — Вип. 29. — С. 31–40.

14. Мних М. В. Перестраховування: посіб. для студ. вузів / М. В. Мних. — К. : Знання України, 2004. — 96 с.

15. Супрун Л. Юридична природа договору перестраховування / Л. Супрун // Право України. — 2005. — № 2. — С. 101–104.

16. Богданов І. Теоретический аспект перестрахования рисков гражданской ответственности / И. Богданов // Страховое ревю, февраль. — 2004. — С. 13–17.

17. Супрун Л. В. Поняття перестраховувальної діяльності та перестрахової компанії / Л. В. Супрун // Наукові записки. Том 53. Юридичні науки, 2006. — С. 101–104.