

Крім безпосередньої участі на строковому ринку зернових, цукру, енергоносіїв тощо, операції на ринку фінансових ф'ючерсних контрактів (особливо на державні цінні папери) дадуть змогу отримати ще один такий істотний важіль, як регулювання відсоткових ставок. Знизити їх можливо шляхом викупу Національним банком державних цінних паперів за більш високими курсами, або зменшити норму резервів для банків, або саму величину облікової ставки. Строкові угоди на державні цінні папери, що їх укладатиме Національний банк, допоможуть вирішити це завдання. Перевагою другого методу є формування майбутньої кон'юнктури без істотного посилення інфляційних процесів. Такими є найзагальніші шляхи розвитку ф'ючерсних ринків в Україні.

Для досягнення успіху у процесі формування ліквідних ринків в Україні необхідно створити цілісну концепцію становлення ф'ючерсних ринків. Розвиток ф'ючерсних ринків у кінцевому результаті сприятиме реалізації стратегічного курсу України на інтеграцію у світовий економічний простір.

Література

1. **Сохацька О.М.** Міжнародні ф'ючерсні ринки: теоретико-методологічні аспекти: Монографія. – Тернопіль: Карт-бланш, 2002. – 454 с.
2. **Послання** Президента України до Верховної Ради України "Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2003 році". – К.: Інф.-вид. центр Держкомстату України, 2004. – 478 с.
3. **Буренин А.Н.** Фьючерсные, форвардные и опционные рынки. – М.: Тривола, 1994. – 232 с.
4. **Сохацька О.М.** Біржова справа: Підручник. – Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – 602 с.

УДК 368.01(477)

*Асист. Т.В. Сива¹, канд. екон. наук – Львівський НУ
ім. Івана Франка*

ЗМІСТ І ХАРАКТЕРНІ ОЗНАКИ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

Досліджено суть страхових послуг, висвітлено різні підходи до їх тлумачення. Зроблено акцент на характерних ознаках страхових послуг. Подано авторські показники оцінки конкурентоспроможності страхових послуг.

Ключові слова: страхові послуги, страховий продукт, види страхування, ознаки страхових послуг.

Assist. T.V. Syva – Lviv NU named after Ivan Franko

Table of contents and characteristic signs of insurance services

In this article the essence of insurance services are studied the different ways of there interpreting are expressed. Some features of insurance services are stressed. Indexes of competitiveness estimation of insurance services are given.

Keywords: insurance services, insurance product, kinds of insurances, features of insurance services.

Страхові послуги – це послуги вторинного попиту, які значною мірою залежать від політичної й економічної стабільності, а також від рівня добробуту населення країни. У законодавстві України послуги у сфері страхування належать до фінансових послуг [1]. Сьогодні у фінансовій науці поряд з по-

¹ Кафедра банківського і страхового бізнесу

няттям "страхова послуга" використовують поняття "страховий продукт" і не має єдиної думки щодо їх тлумачень. З цієї причини здійснимо аналіз та виділимо наукові підходи до розуміння страхових послуг.

Страхові послуги – це результат задоволення потреби клієнта у страховому захисті. Вважають, що більш загальним поняттям є "страховий продукт", який більшою мірою прив'язаний не до клієнта, а до об'єкта страхування. Термін "страховий продукт" більше використовують на Заході, де існують такі його концепції [2, 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 упродовж терміну чинності договору страхування; із 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.

Якщо аналізувати вітчизняне законодавство на предмет визначення термінів "страхова послуга", "страховий продукт", то в жодному документі не подається їх тлумачення. 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 [3]. Але сутність аналізованих визначень не розкривається.

У вітчизняній літературі зазначено й поняття "страхова технологія" [4, с.135-137]. Базовими елементами цього поняття є страховий продукт та технологія продажу послуги.

У світовій практиці страхові послуги розглядаються як складова фінансових послуг. Як у законодавстві країн Європейського Союзу, так і в правових актах Світової організації торгівлі немає прямого визначення поняття "страхова послуга" [5, с. 68]. У п.5 Додатка з фінансових послуг, до ухваленної 15 квітня 1994 року Генеральної угоди з торгівлі послугами зазначено: фінансові послуги охоплюють страхові послуги і ті, що належать до страхових, а також усі банківські та інші фінансові послуги (крім страхування) [5, с. 314].

Виділимо такі наукові підходи до розуміння взаємозв'язку між "страховою послугою" і "страховим продуктом". За першим підходом – ці терміни є синонімами. Такої позиції, як нам видається, дотримується авторський ко-

лектив підручника "Страхування" за науковою редакцією С.С. Осадця, де вживається як термін "страховий продукт", так і поняття "страхова послуга" [6, с. 119, 125, 142]. Страховий продукт (послуга) – це комплекс цивільно-правових відносин щодо захисту майнових інтересів громадян та юридичних осіб у разі настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством [6, с. 143].

За другим підходом – страхова послуга включається у страховий продукт. Страховий продукт – набір основних і додаткових послуг, що надаються страхувальнику при укладенні договору страхування [7, с. 76]. Третій підхід – конкретизація страхового продукту в послугі. страхова послуга є втіленням і практичною реалізацією конкретних продуктів страхової компанії, через що вона завжди індивідуальна [8, с. 3-4].

Щоб краще розуміти сутність "страхового продукту", "страхової послуги" дамо словникове визначення поняттям "послуга", "продукт". Послуга – дія, вчинок, що дає користь, допомогу іншому; робота, виконувана для задоволення будь-яких потреб [9, с. 341-342]. Продукт – предмет, що є матеріальним результатом людської праці, діяльності [10, с. 174]. У синонімічному словнику синонімом слова "послуга" є "обслуговування".

Вважаємо, що поняття "страховий продукт", "страхова послуга" є взаємозалежними та невіддільними. Клієнт страхової компанії не може отримати страхової послуги без страхового продукту. *Страхові послуги* – кінцевий результат діяльності страхової компанії щодо задоволення потреб клієнтів, пов'язаних із захистом їх майнових й особистих інтересів. Терміни "страховий продукт", "страхова послуга" є близькими за своїм економічним змістом, відмінність полягає тільки в тому, з позиції котрої страхової компанії (страховика) чи клієнта (страхувальника) їх розглядати. Відносини купівлі-продажу між страховиком і страхувальником – є результатом того, що страхувальник отримує страхову послугу. Тому у термінах "страхова послуга", "страховий продукт" не вбачаємо принципової різниці.

Згідно з українським законодавством для здійснення своєї діяльності страхова компанія отримує ліцензію на певний *вид страхування*. Маючи ліцензію, страховик для конкретного виду страхування розробляє *страхові продукти*, реалізуючи їх – страхувальник отримує послугу щодо страхового захисту (*страхову послугу*). Поряд з цим, поняття "страховий продукт" є вужчим, ніж поняття "вид страхування". Так, наприклад, у межах таких видів страхування як страхування майна, страхування від нещасних випадків або будь-якого іншого виду страхування можуть застосовуватися кілька страхових продуктів, які відрізняються особливими умовами надання страхового захисту.

Характерними ознаками страхових послуг є:

- *невідчутність та невіддільність*: страхова послуга не набуває безпосереднього матеріального втілення у традиційному розумінні, її не можна побачити, відчутти, спробувати чи транспортувати, а виробництво, продаж і споживання відбувається одночасно та всі зазначені стадії пов'язані між собою;
- *незбереженість*: страхову послугу не можна виробляти наперед і зберігати з метою подальшого продажу;

- *ризикованість*: ризик стосується як страховика, так і страхувальника, наприклад, ризик страхувальника полягає у тому, що якщо під час дії договору страхування не настане страховий випадок, то страхувальник втрачає страхову премію, яку сплатив;
- *часова обмеженість*: страховий захист діє протягом певного періоду часу, який вказується у договорі страхування;
- *страхову послугу не можна запатентувати, майже неможливо заощадити, (за винятком страхування життя та пенсій) чи передати як власність*: не має змогу передати право нею скористатися іншому суб'єкту, окрім випадків, передбачених договором страхування.

У сучасних умовах страхова послуга має відповідати потребам споживачів, забезпечувати прибуток страховій компанії й базуватися на її сильних можливостях, відповідати стратегічним завданням страхової компанії, має мати перевагу над аналогічними послугами компаній-конкурентів. Сьогодні кожна страхова компанія в умовах гострої конкурентної боротьби, прагне підвищувати рівень конкурентоспроможності пропонованих страхових послуг. Власне через це, оцінковими показниками конкурентоспроможності страхових послуг можуть бути:

- економічна вигідність для клієнта:

$$K_{EB} = \frac{C_{\min}}{C_i},$$

- оперативність надання страхової послуги:

$$K_O = \frac{T_{\min}}{T_i},$$

- комплексність обслуговування:

$$K_K = \frac{N_i}{N_{\max}},$$

де: $C_{\min}$ – мінімальна ціна послуги страхових компаній-конкурентів; C_i – ціна послуги i -ої страхової компанії; $T_{\min}$ – мінімальні витрати часу на надання послуги страховими компаніями-конкурентами; T_i – витрати часу на надання послуги клієнту i -тою страховою компанією; N_i – кількість послуг фізичним (юридичним) особам, що пропонує i -та страхова компанія; $N_{\max}$ – максимальна кількість послуг фізичним (юридичним) особам, що пропонують страховики-конкуренти.

Кожна страхова компанія залежно від своїх стратегічних завдань може розширювати і доповнювати ці показники. Але для успішної діяльності такі критерії обов'язково мають бути, а нехтування ними може призвести до зменшення бази клієнтів.

Таким чином, виділені наукові підходи до розуміння страхових послуг доповнюють уже існуючі, а запропоновані характерні ознаки й показники оцінки конкурентоспроможності дають змогу глибше розуміти сутність категорії "страхова послуга".

Література

1. Закон України "Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг"// Відомості Верховної Ради. – 2002, № 1. – С. 1.
2. Говорушко Т.А. Страхові послуги: Навч. пос. – К.: Центр навч. літ-ри, 2005. – 400 с.
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України "Про схвалення Концепції розвитку страхового ринку України до 2010 року" від 23 серпня 2005 р. № 369-р. – Доступний з: www.rada.gov.ua.
4. Фурман В.М. Розвиток нових технологій у страхуванні// Фінанси України. – 2005, № 2. – С. 135-145.
5. Турбина К.Е. Тенденции развития мирового рынка страхования. – М.: Анкил, 2000. – 320 с.
6. Страхування: Підручник/ Керівник авт. колективу і наук. ред. С.С. Осадець. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2002. – 599 с.
7. Ротова Т.А., Руденко Л.С. Страхування: Навч. посібник. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. – 400 с.
8. Тринчук В.В. Формування та розвиток маркетингу страхових компаній: Автореф. дис. канд. ... екон. наук: 08.06.01/ Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К., 2005. – 21 с.
9. Словник української мови. [В 10-ти т. Ред. колегія: акад. І.К. Білодід (голова) та ін-ші], т.7. Поїхати-Приробляти. – К.: Наук. думка, 1976. – 723 с.
10. Словник української мови. [В 10-ти т. Ред. колегія: акад. І.К. Білодід (голова) та ін-ші], т.8. П-Р. – К.: Наук. Думка, 1977. – 927 с.

УДК 657.1:334

Асист. І.І. Стеців, канд. екон. наук;
магістр Р.Я. Пахолок – Львівська комерційна академія

ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ КОРИСТУВАЧІВ

Проаналізовано підходи вчених до характеристики облікової інформації. Запропоновано систему класифікації і вимог щодо такого виду інформації.

Assist. I.I. Stetsiv; master's degree R.Ya. Paholok – Commercial academy of Lviv

The characteristic of the accounting information its meaning for satisfaction of needs of the users

The approaches of the scientists to the characteristic of the accounting information are analysed. It is offered system of classification and requirements at such kind of the information.

Keywords: the economic information, system of classification, system of the requirements, the accounting information.

Актуальність. Сучасні умови господарювання підвищують роль управлінських рішень та оптимізації відносин з державою для виконання завдань суб'єктом економіки. Ефективність життєдіяльності підприємства залежить від наявності та умілого використання економічної інформації, основу якої становить облікова. Це зумовлює необхідність чіткого визначення параметрів її формування та відповідності цих параметрів потребам користувачів. Вирішення такого завдання потребує насамперед наукового обґрунтування загальної характеристики облікової інформації та її характеристики через класифікацію і вимоги до цього виду економічної інформації.

Аналіз проблеми. Огляд спеціальної літератури в галузі бухгалтерського обліку є підстави вважати, що визначення облікової інформації та її класифікація відсутні а вимоги системно не сформовані [2, 5, 6, 8, 10, 12-15].