

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-41>

УДК 368

**ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ СТРАХОВИХ ПРОДУКТІВ
ЯК ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ
СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ****IMPROVING THE QUALITY OF INSURANCE PRODUCTS
AS A PREREQUISITE FOR THE DEVELOPMENT
OF THE INSURANCE MARKET OF UKRAINE****Подольчук Олег Володимирович**

магістр,

Київський національний економічний університет
імені Вадима ГетьманаORCID: <https://orcid.org/0009-0006-0551-5080>**Подольчук Дмитро Володимирович**

доктор філософії,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-5239-4987>**Podolchuk Oleh**

Kyiv National Economic University Named After Vadym Hetman

Podolchuk Dmytro

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Стаття присвячена проблематиці щодо якості страхових продуктів на українському страховому ринку. У статті проаналізовані фактори, які впливають на якість страхового продукту, а також виокремлено чинники, які здатні підвищити якість страхових продуктів. Окремлено приклади страхових продуктів, які можна вважати якісними та обґрунтовано фактори якості таких страхових продуктів. Об'єктом дослідження є страховий продукт та його якість. Предметом дослідження є фінансові відносини, що виникають у процесі створення та реалізації страхових продуктів, а також підвищення їх якості. Для вирішення поставлених завдань у роботі використовувалися такі методи: монографічний – для вивчення теоретичних питань, порівняльного аналізу літературних джерел та розкриття економічної сутності страхового продукту та його якості; аналітичний – для обробки статистичних даних фактичної діяльності страхових компаній; порівняльний аналіз – для порівняння характеристик страхових продуктів різних страховиків.

Ключові слова: страховий продукт, якість, страховики, страхувальники, умови страхування.

The article is devoted to issues related to the quality of insurance products on the Ukrainian insurance market. The article analyzes the factors that affect the quality of the insurance product, and also highlights the factors that can improve the quality of insurance products. Examples of insurance products that can be considered high-quality are outlined, and the quality factors of such insurance products are substantiated. The object of the research is the insurance product and its quality. The subject of the study is financial relations that arise in the process of creating and selling insurance products, as well as improving their quality. In order to obtain the result in accordance with the set goal, the following tasks were singled out: reveal the essence of the concept of "insurance product" and determine its relationship with the concept of "insurance service"; identify the factors that affect the quality of the insurance product; analyze the range of insurance products presented on the domestic market and evaluate their quality; identify the most common insurance products and investigate the reasons for their popularity; list the highest quality insurance products offered on the market; find out the main problems with the quality of insurance products on the market; develop recommendations for improving the quality of insurance products in the near future. The following methods were used to solve the identified tasks in the work: monographic – for the study of theoretical issues, comparative analysis of literary sources and disclosure of the economic essence of the insurance product and its quality; analytical – for processing statistical data of the actual activity of insurance companies; comparative analysis – to compare the characteristics of insurance products of different insurers. The article reveals the theoretical foundations of the essence of the insurance product, as well as defines the factors and criteria for ensuring its quality. The main problems and shortcomings of ensuring the quality of insurance products are highlighted, and the



main ways of improving such quality are proposed. The article can be both for theoretical purposes with the definition of the material, and for practical purposes with the application of the presented information to improve the quality of insurance products in Ukraine.

Keywords: insurance product, quality, insurers, policyholders, insurance conditions.

Постановка проблеми. Українські страховики наразі не можуть забезпечити страхувальників якісними страховими продуктами, що спричиняє недовіру до страхових компаній та зменшує обсяг валових страхових премій. Такі передумови вимагають від усіх учасників страхового ринку відповідних дій на подолання проблеми. Підвищенням якості страхових продуктів можна досягти збільшення капіталізації страхового ринку України та надійного захисту майнових інтересів, що залишить позитивний відбиток на економіці України в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Страховий продукт є важливим поняттям в страховій науці, оскільки саме він є сутнісним наповненням пропозиції страховиків на ринку та без нього відповідно неможлива діяльність страхових компаній. Кожна компанія намагається зробити свою пропозицію максимально якісною, щоб бути конкурентоспроможною на ринку та знайти свого споживача. Аби мати уявлення про страховий продукт, даний термін розглядають велика кількість як українських, так і іноземних науковців.

Самому поняттю «страховий продукт» деякі науковці вважають синонімом словосполучення «страхова послуга», але не доцільно вважати їх синонімами, оскільки страховою послугою вважається спектр операцій, що можуть бути надані страхувальнику, а страховий продукт є самим товаром, який страхова компанія має на меті продати.

Порівняльний аналіз підходів різних вітчизняних та зарубіжних науковців до трактування поняття «страховий продукт» (Додаток А) показав, що єдиного бачення сутності цієї дефініції немає. Кожен з авторів підходить до визначення цього поняття, виходячи з власних міркувань та бачення економічної природи продукту, який реалізується страховиком страхувальнику.

Так, у визначенні М. Сухорукова страховий продукт, представлено в якості інструменту здійснення страхування. Таке трактування є доволі вдалим, оскільки автор пояснює, що собою являє страховий продукт в юридичному сенсі.

В. Перемолотов пояснив значення страхового продукту, як підготовлену пропозицію до

споживача з системою збуту. Таке визначення є коректним, проте так воно більше пояснюється саме з погляду страховика, оскільки розглядається саме як бізнес-процес страхової компанії з продажу страхового продукту.

Тлумачення І. Фісун та О. Чернявської [4] трохи виходить за рамки страхування та представляє страховий продукт, як інструмент для стійкості суб'єктів господарювання. Таке визначення більше пояснює страховий продукт з боку фінансової системи, тому воно є недоречним для його пояснення з боку страхування.

Цілком доречним є визначення Г. Кравчук, оскільки науковець розглядає страховий продукт через призму самого договору страхування, який документально забезпечує відносини між страховою компанією і клієнтом відповідними умовами і правилами, та, з точки зору, маркетингової політики, завдяки якій страховик робить пропозицію для страхувальника.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проблематика низької якості страхових продуктів рідко підіймалася в Україні серед науковців та публічних осіб. Окрім цього, низька якість страхового продукту майже ніколи не розглядалася, як основна причина низьких показників розвитку страхового ринку в Україні

Формулювання цілей статті(постановка завдання). Метою дослідження є вивчення особливостей забезпечення якості страхового продукту, аналіз асортименту страхових продуктів вітчизняних страховиків, а також виокремлення шляхів підвищення їх якості на страховому ринку України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Якість страхового продукту є мірою того, наскільки страхувальник буде задоволений у разі настання страхового випадку та наскільки весь процес страхування буде відповідати очікуванням клієнта. Потрібно зазначити, що для різних клієнтів якість буде сприйматися по-різному, наприклад, для осіб, що тільки укладають договір страхування якість буде означати якісне консультування, швидкість укладення, ввічливість персоналу та набір ризиків, що компанія бере на себе згідно умов договору. Для осіб, що зазнали

Таблиця 1

Науковець	Визначення
М. Сухоруков	Документально оформлені зобов'язання страховика, згідно з якими він на платній основі приймає ризик страхувальника
В. Перемолотов	Пакет документів, ліцензій та рекламних буклетів, згідно якого проводиться маркетингова політика та управління агентською мережею
І. Фісун, О. Чернявська [4]	Результат людської діяльності щодо захисту страхових інтересів від наслідків непередбачувальних подій
Г. Кравчук	Сукупність процедур та правил, об'єднаних єдиною технологією обслуговування клієнтів з законодавчо встановленою або розробленою страховиком документацією, через яку продукт пропонується на страховому ринку

збитків щодо застрахованих об'єктів, якість продукту буде визначатися вже в якісному врегулюванні, та, найголовніше, в достатності суми страхового відшкодування для покриття збитку.

Якісний страховий продукт має відповідати певним технічним та функціональним факторам (таблиця 2).

На нашу думку, найвагомими факторами для потенційного споживача страхових продуктів при прийнятті рішення про таке придбання та виборі конкретної страхової компанії буде:

- надійність страховика, оскільки гарантія страхової виплати в разі страхового випадку є обов'язковою умовою укладення договору;

- доступність, оскільки за відсутності цієї умови неможлива комунікація між суб'єктами страхування;

- розуміння клієнта, тому що без врахування ризиків, від яких саме хоче захиститися клієнт, страхування не має сенсу для нього.

Самим страхувальником при виборі найбільш якісного страхового продукту, будуть визначатися критерії, за якими він буде визначати таку якість.

Критеріями якості страхового продукту для страхувальника є [5]:

- умови страхування, що мають включати усі ризики, від наслідків яких він хоче захиститися;

- рівень виплат страхової компанії, який відображає наскільки страховик відповідає за своїми зобов'язаннями;

- відповідність активів страховика взятим на себе зобов'язанням;

- обслуговування, що має містити якісне консультування та швидке укладення договору страхування.

Звичайно, по-перше, страхувальник буде визначати умови страхування, бо він має бути переконаний, що отримає саме той захист, який буде йому потрібний та задовільнить його майнові інтереси, а, по-друге, страхувальником, як показник надійності страховика, будуть перевірятися рівень виплат з відкритих джерел, які надають таку інформацію по окремим страховим компаніям.

Окрім цього, якість страхового продукту визначає його інноваційність. Інноваційним продуктом для українського страхового ринку можна вважати той продукт, умови страхування якого до цього не були запропоновані жодною компанією на ринку. Такі продукти не мають аналогів на українському страховому ринку та тому мають найвищу якість, бо тільки вони можуть задовільнити страховий інтерес певних фізичних та юридичних осіб.

Вплив якості страхових продуктів на страховий ринок неможливо недооцінити. Страховий продукт є пропозицією страхових компаній на ринку, та саме завдяки йому страховики

Таблиця 2

Фактор	Сутність фактору
Надійність	Спроможність страхової компанії виконати свої зобов'язання
Доступність та простота	Здатність донести до клієнта суть та умови страхового продукту
Доцільність	Чи є необхідність в придбанні послуги та чи є до неї страховий інтерес

Джерело: складено автором на основі [3]

отримують прибуток від операційної діяльності та отримують великий обсяг коштів для проведення інвестиційної діяльності, прибуток від якої може бути навіть більшим за страхову діяльність компанії. Чим якіснішим буде страховий продукт, тим більше охочих буде його придбати та відповідно буде більшим прибуток від страхової діяльності та більший обсяг сформованих страхових резервів. Саме тому страховики намагаються зробити свій продукт максимально якісним, щоб збільшити свою клієнтську базу.

Але будь-яка страхова компанія має враховувати те, що страховий продукт має бути не тільки якісним, а ще й конкурентоспроможним. Цю характеристику визначають і сама якість страхового продукту і ціна на нього. Страхувальник буде прагнути знайти оптимальне співвідношення ціни та якості, та для більш платоспроможних суб'єктів господарювання пріоритетним в цьому виборі буде найвища якість, не дивлячись на ціну продукту, а для менш платоспроможних суб'єктів в пріоритеті буде ціна, яку страхувальник зможе собі дозволити заплатити за страхування.

Тому виникає протиріччя при розрахунку страхового тарифу, бо чим якіснішим буде страховий продукт, тим вищою буде його ціна, оскільки щоб зробити продукт максимальної якості треба врахувати усі можливі ризики та тим самим страхова компанія має бути готовою до того, що їй доведеться виплачувати страхові відшкодування за більшим спектром страхових випадків, що відповідно збільшує нетто-тариф та разом з ним відповідно і брутто-тариф, за умови, що величина навантаження залишиться такою самою. Окремо потрібно зазначити, що зі збільшенням кількості ризиків та об'єктів, що страховик бере на себе, буде зростати й обсяг сукупності, що буде впливати на ціну в бік її зниження, проте навіть з врахуванням цього ціна на страховий продукт все одно буде вищою в більшості випадків. Таким чином, додаючи в якість, страховий продукт додає і в ціні, та в цілому конкурентоспроможність на ринку від цього не змінюється, оскільки якість страхового продукту її збільшує, а ціна на нього навпаки зменшує.

Виходом для вітчизняних страховиків має стати зниження ціни страхового продукту завдяки зменшенню величини навантаження, що має покрити зростання нетто-тарифу повністю або частково та тим самим надасть можливість не підвищувати брутто-тариф. Це досягається наступними шляхами:

– зменшенням адміністративних витрат, яке досягається через урізання заробітних плат персоналу. Цей крок не є доволі ефективним, оскільки він може зменшувати репутацію страховика та знижувати якість страхового продукту через наявність некваліфікованого персоналу та призвести до невдалої діяльності страхової компанії і до зменшення її прибутку;

– скороченням аквізичних витрат, що стосується, насамперед, зменшення частки загального збуту через агентів страховика, або зменшення винагороди для них, бо вони беруть велику комісію за продаж страхового продукту. Такий крок є більш ефективним, але він має бути запроваджений поступово, оскільки страхові агенти й досі лишаються найбільшим каналом збуту страхових продуктів та якщо зменшити розмір їх комісії, то вони будуть втрачати мотивацію до продажу та будуть продавати страхові продукти тих страховиків, що будуть давати більшу комісію;

– запровадженням нових каналів продажу страхових продуктів через Інтернет та різні маркетплейси, де страхувальник сам може ввести дані, необхідні для укладання договору та відповідно виключається необхідність платити комісію агентам.

Тому страховиком має бути визначений оптимальний рівень співвідношення ціни та якості страхового продукту, що максимально задовольнить потенційного споживача. страхова компанія має приділити велику роль зменшенню витрат на ведення справи, щоб мати можливість збільшити якість страхового продукту, не піднімаючи при цьому ціну на нього. Така стратегія допомагає виграти конкуренцію на страховому ринку, щоб залучити максимальну кількість клієнтів та разом з цим максимальний розмір страхових премій. Це, в свою чергу, зменшує вартість страхового продукту для клієнтів шляхом згладжування витрат та допомагає в пошуку нових клієнтів. Окрім того, така стратегія приносить максимальні грошові потоки та фінансовий результат, що збільшує вартість компанії та відповідно капіталізацію страхового ринку України в цілому.

Наразі в Україні більшість страхових продуктів є низької якості. На це впливають багато факторів, але основними з них є ненадійність більшості українських страховиків. Переважна більшість страхових компаній є у гарних стосунках з клієнтами до настання страхового випадку, після якого страхувальники не отримують належне їм страхове відшкодування в повному обсязі, або взагалі

отримують відмову у страховій виплаті. Звичайно, такі умови здійснення страхування громадяни розцінюють як невиконання страховиком обов'язань, які були обіцяні при укладенні страхового договору та відповідно розчаровуються в компанії та в страховому ринку в цілому.

Не менш важливою причиною низької якості страхових продуктів є невідповідність правил та умов страхування до майнових інтересів потенційних споживачів. Окрім цього, багато договорів з будь-яких видів страхування містять або велику кількість сублімітів та виключень зі страхових випадків, або взагалі малі страхові суми, яких не вистачає, щоб повністю покрити фінансові втрати від наслідків несприятливих подій. Таким чином страховики не можуть забезпечити головну функцію страхування, а саме – ризикову, що з боку страхувальників ставить під сумнів необхідність укладання договору страхування, який не зможе захисти їх повністю.

Гострою проблемою для якості страхових продуктів є недостатня компетентність персоналу страховика. Не завжди представники страхової компанії здатні підібрати найкращі умови для клієнта та не можуть знайти з ними правильний контакт для подальшої співпраці. Ще більш гнітючим є те, що не всі страхові агенти та менеджери філій страховика знають страхове законодавство, умови договорів добровільних видів страхування та тим більше не можуть пояснити всі ці речі страхувальнику. Наразі головною ціллю страхових посередників є продати будь-який договір страхування незалежно від того, чи цей продукт відповідає потребам споживача та чи є достатньо якісним, щоб покрити усі можливі ризики клієнта. Тому до споживачів потрапляє велика кількість страхових продуктів, які їм непотрібні або не є якісними.

Всі ці та інші фактори спричиняють низьку якість страхових продуктів в Україні та саме через це виникає ключова проблема страхового ринку в цілому – недовіра до вітчизняних страховиків.

Населення, переживши невдалий досвід співпраці зі страховими компаніями або почувши про такий досвід від свого оточення, асоціюють весь страховий ринок з страховиком, який продав неякісний страховий продукт та в майбутньому не бачать сенсу у страхуванні. Надалі такі особи можуть купляти хіба що страхові продукти обов'язкового страхування, а для забезпечення захисту інших майнових інтересів обирають пере-

важно самострахування або взагалі не приділяють уваги ризикам настання несприятливих подій. Таким чином вітчизняний ринок втрачає велику кількість страхових премій, що в майбутньому можуть інвестуватися, а самі суб'єкти господарювання при настанні несприятливих подій зазнають величезних збитків, через що страждає не лише страховий ринок, а й вся економіка України в цілому.

Висновки. Поняття страхового продукту визначають багато науковців, але ні одне з них не можна назвати абсолютно правильним, оскільки всі вони пояснюють визначення з різних поглядів. В комбінації ж всі ці терміни можуть надати розуміння будь-кому, що собою являє поняття. Деякі науковці вважають страховий продукт та страхову послугу одним і тим самим, однак ці поняття прийнято вважати різними, хоча й близькими за своїм значеннями. В цілому ж страховому продукту можна дати пояснення, як сукупність ризиків, за якими страховик бере на себе обов'язання на платній основі, з документально оформленими умовами та правилами.

Якість страхового продукту визначається багатьма факторами, такими як надійність, доступність, доцільність, розуміння, компетентність та клієнтоорієнтованість. Серед них є ті, що мають більшу вагу, проте ні один з факторів не є неважливим. Якість страхового продукту для страхувальника будуть визначати умови та правила страхового договору, рівень виплат, як показник надійності та якість обслуговування. При цьому будь-який страховик балансує на виборі між ціною та якістю страхового продукту, що викликає протиріччя при розрахунку страхового тарифу, коли якісніший продукт стає дорожчим та від цього може програти конкуренцію на ринку.

Справа з якістю страхових продуктів на ринку є в поганому стані. Такий стан речей спричиняють правила та умови страхування як з обов'язкових, так і з добровільних видів страхування, які не враховують усі ризики потрібні страхувальникам та містять малі страхові суми та велику кількість сублімітів, недостатня компетентність персоналу страховика та, звичайно, слабка надійність та добросовісність страхових компаній України. Все це спричиняє низькі рівні страхової освіти та довіри до страховиків. Однак є й позитивні тенденції у вигляді запровадження нових вимог до нормативів платоспроможності, можливості укладання електронних договорів страхування та появи інноваційних продуктів високої якості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Про Страхування: Закон України від 18 листопада 2021 року № 1909-IX/ Верховна Рада України.
2. Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів: Закон України від 1 липня 2004 року № 1961-IV/ Верховна Рада України;
3. Терещенко Т.Є. Управління якістю страхової послуги, *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 3. Т. 1. С. 75–78.
4. Фісун І., Чернявська О. Сутність страхової послуги як товару на страховому ринку. *Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України*. 2010 № 2 (41). С. 178–183.

REFERENCES:

1. Pro Strakhuvannia [About insurance]: Law of Ukraine dated November 18, 2021 no. 1909-IX / Verkhovna Rada of Ukraine.
2. Pro obov'iazkove strakhuvannia tsyvilno-pravovoi vidpovidalnosti vlasnykiv nazemnykh transportnykh zasobiv (2004) [On mandatory civil liability insurance of owners of land vehicles]: Law of Ukraine dated July 1, no. 1961-IV / Verkhovna Rada of Ukraine;
3. Tereshchenko T. I. (2011) Upravlinnia yakistiu strakhovoi posluhy [Insurance service quality management]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu – Bulletin of the Khmelnytskyi National University*, no. 3, vol. 1, pp. 75–78.
4. Fisun I., Cherniavska O. (2010) Sutnist strakhovoi posluhy yak tovaru na strakhovomu rynku [The essence of the insurance service as a product on the insurance market], *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy – Scientific Bulletin of the Poltava University of Consumer Cooperation of Ukraine*. no. 2 (41), pp. 178–183.