

УДК 658.87:368.025.06

А.М.Гуменюк, к.е.н., **А.М.Розман**,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИЙ БАЗИС СТРАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ

У статті досліджено інституціональний базис (організаційний, правовий та комунікаційний напрямом) страхової діяльності підприємств роздрібної торгівлі на ринку споживчих товарів.

В статье исследовано институционный базис (организационное, правовое и коммуникационное направление) страховой деятельности предприятий розничной торговли на рынке потребительских товаров.

The article is dedicated to an institutionellen base (organizational, legal and communicational direction) of insurance activity of enterprises of retail business at the market of consumer goods.

Ключові слова: страхування; страхова компанія; страховий фонд; майнове страхування; соціальне страхування; страховий маркетинг; страховий ризик-менеджмент.

У сучасних умовах господарювання важливу роль у становленні ринкових відносин відіграють підприємства роздрібної торгівлі, які забезпечують задоволення попиту споживачів у різноманітних товарах, встановлюють зв'язок між виробництвом і споживанням та сприяють підвищенню ефективності взаємодії між галузями економіки країни. Торговельні підприємства, як і будь-які ринкові суб'єкти, знаходяться і функціонують в динамічному макросередовищі. Підприємства роздрібної торгівлі здійснюють свою діяльність на ринку споживчих товарів – сфері обігу, за допомогою якої реалізуються товари для задоволення потреб різних соціальних груп, кожної сім'ї, кожної людини. У зв'язку з цим дані підприємства мають безпосередні численні зв'язки з споживачами. До того ж, підприємства роздрібної торгівлі тісно взаємодіють з виробниками-постачальниками товарів, посередниками, галузями і підприємствами, що надають різні послуги для оснащення і належної організації торговельно-технологічного процесу. На них чинить вплив загальна економічна, соціальна, політична ситуація в державі. Відповідно, дані підприємства можуть зазнавати майнових і фінансових втрат у разі настання певних непередбачених обставин і несподіваних змін у зовнішньому середовищі. Слід також зазначити, що на розвиток торговельних підприємств значно впливають і внутрішні соціально-економічні фактори, зміни яких створюють умови невизначеності і ризику. За таких умов для успішної діяльності та стабільного розвитку підприємствам роздрібної торгівлі необхідно шукати шляхи мінімізації існуючих загроз та захищати себе від їх можливих негативних наслідків. Найбільш дієвим способом зниження ступеня ризику є страхування. Однак забезпечення ефективної системи захисту від можливих ризиків є неможливим без сприятливого інституціонального середовища. Таким чином, є всі підстави стверджувати, що виникає необхідність дослідження інституціонального базису страхової діяльності підприємств роздрібної торгівлі, невід'ємними складовими якого є норми, правила та

інститути, що забезпечують координацію і організацію даної діяльності.

Вивченням діяльності торговельних підприємств займалися такі українські вчені, як А.А.Мазаракі, Л.О.Лігоненко, Н.М.Ушакова та інші. Теоретичні основи страхування досліджували О.Д.Вовчак, Ю.М.Дьячкова, Н.В.Ткаченко. Над питаннями страхування торговельних підприємств працювали І.М.Михайловська, А.А.Хмарук, В.Г.Севка. Однак недостатньо вивченими в літературі є інституціональний базис, середовище страхової діяльності підприємств роздрібної торгівлі на ринку споживчих товарів, що і зумовило вибір теми дослідження.

Метою статті є виокремлення основних видів страхування, що забезпечать захист даних підприємств від наслідків ризикових подій, а також інституцій та нормативних актів, що регулюють цю сферу діяльності.

Як показує практика, підприємництво і ризик є нероздільними поняттями. Непередбачувані обставини можуть мати сильний негативний вплив на функціонування підприємства, що зумовлює необхідність пошуку ефективної системи захисту від впливу будь-яких ризиків майнового і фінансового характеру. Оскільки власні резерви підприємств є обмеженими, виникає необхідність у страхуванні третіми особами (спеціалізованими інституціями, які візьмуть на себе ризики підприємства).

Важливий сегмент на ринку підприємств України займають підприємства роздрібної торгівлі. Сфера торговельної діяльності є сектором економіки, що стрімко розвивається. Зокрема, за даними Державного комітету статистики, починаючи з 2009 року, обсяги обороту роздрібної торгівлі постійно зростають (табл. 1) [9]. Це свідчить про доцільність дослідження страхування саме цієї ланки економіки.

Таблиця 1

Обсяги обороту роздрібної торгівлі за 2007-2011 рр.

Рік	Оборот роздрібної торгівлі, млн. грн.	Темпи зростання обороту роздрібної торгівлі (у порівнянних цінах), %
2007	318725,3	128,8
2008	449307,5	118,6
2009	442793,2	83,4
2010	529883,2	107,6
2011	674723,1	114,7

Страхування як самостійний інститут існує у двох відособлених формах: майнового страхування, пов'язаного з непередбаченими, надзвичайними подіями, і соціального страхування, що може здійснюватися як у вигляді державного, так і недержавного. Шляхом об'єднання обох форм утворюються централізовані та децентралізовані резерви грошових і матеріальних ресурсів (страхові фонди) для відшкодування збитків і фінансування визначених цілей. Децентралізовані страхові фонди утворюються самими господарюючими суб'єктами для ліквідації непередбачених збитків, витрачаються на їхній розсуд. Централізовані страхові фонди формують цільовий фінансовий резерв держави. За формою проведення страхування поділяється на добровільне

(здійснюється на основі договору між страхувальником і страховиком, загальні умови і порядок якого регулюються цивільним законодавством) та обов'язкове (здійснюється на основі закону).

Страхову діяльність на ринку страхових послуг здійснюють фінансові установи (страхові компанії/фірми), які можуть бути створені у формі акціонерних, повних, командитних товариств або товариств з додатковою відповідальністю, а також одержали у встановленому порядку ліцензію на здійснення страхової діяльності [3]. Згідно з даними державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України, станом на 30.06.2011 р. загальна кількість страхових компаній в Україні становила 446 одиниць [8]. Найвідомішими з них на сьогодні є: НАСК «Оранта», СК «АХА Страхування», СГ «ТАС», СК «Брокбізнес», СК «Українська страхова група», УСК «Княжа» та ін. Серед всього спектра страхових послуг, що надаються даними фірмами, найпривабливішими для підприємств роздрібної торгівлі споживчими товарами, на нашу думку, є наступні:

- ❖ страхування майна юридичних осіб;
- ❖ страхування фінансових ризиків;
- ❖ страхування відповідальності перед третіми особами;
- ❖ страхування автотранспортних засобів;
- ❖ страхування вантажів;
- ❖ страхування життя і здоров'я працівників.

У процесі здійснення діяльності торговельне підприємство може зазнати значних втрат у зв'язку з пошкодженням або знищенням майна внаслідок пожежі, вибуху, протиправних дій третіх осіб тощо. Страхові компанії України пропонують страхування нерухомого (земельні ділянки, будівлі, цілісні майнові комплекси) та рухомого (торговельне обладнання, побутова техніка, товарні запаси, меблі тощо) майна. Страхова сума встановлюється в межах вартості застрахованого майна на момент укладення договору страхування. Страховий тариф залежить від об'єкта страхування, обраних ризиків, строку страхування, інших факторів та знаходиться в межах 0,09 – 1,5% страхової суми [8]. Страхове відшкодування сплачується у межах страхової суми та виходячи з розміру прямих матеріальних збитків, заподіяних внаслідок втрати або пошкодження майна. Фінансові ризики підприємств роздрібної торгівлі можуть бути пов'язані з можливими збитками унаслідок ненавмисного невиконання (неналежного виконання) договірних зобов'язань (наприклад, ризик неповернення грошової суми за депозитним вкладом внаслідок банкрутства банку); з втратою грошових коштів, доходів або прибутків (спад обсягів товарообігу, зумовлений ризиками, зазначеними в договорі); з виникненням збитків, в т.ч. недоотриманням очікуваного прибутку при виникненні перерви у роботі (через пошкодження або втрату майна чи настання інших ризикових подій, спричинених стихійними лихами, несприятливими змінами на ринках збуту продукції, зривом поставок та ін.). Страхові компанії розробляють

індивідуальні програми страхування для кожного конкретного підприємства. Страховий тариф складає від 1,5% до 8% від страхової суми, яка встановлюється, виходячи з грошової оцінки встановленої в контракті вартості виконаних робіт, товарів, послуг і можливого обсягу втрати прибутків і додаткових витрат [8]. Страховий тариф залежить від виду ризику і надійності фінансового стану учасників контракту.

У процесі реалізації товарів торговельними підприємствами можуть виникнути ситуації, коли через необережність може бути завдано шкоду третім особам (споживачам продукції; особам, що можуть постраждати внаслідок настання на підприємстві нещасного випадку тощо). При страхуванні відповідальності перед споживачами продукції покриваються витрати по запобіганню та/або зменшенню збитків, пов'язаних із страховим випадком; виплати штрафів за неякісну продукцію за розпорядженнями органів у справах захисту прав споживачів, органів державного контролю і нагляду за дотриманням стандартів; розслідуванню і захисту інтересів (включаючи судові витрати, витрати на експертизу тощо); утилізації товарів, якщо це необхідно у зв'язку з настанням страхового випадку; заміні, ремонту, відновленню, доопрацюванню або додатковій обробці поверненою третіми особами продукції. Страховий тариф по даному виду страхування коливається в межах 1,1-1,4% від страхової суми, яка визначається за домовленістю сторін за кожним окремим страховим випадком [8].

У разі використання торговельним підприємством автотранспортних засобів виникає необхідність їх страхування від таких ризиків, як дорожньо-транспортна подія (ДТП); стихійні лиха, пожежа, напад тварин, бій скла і фар у процесі руху; протиправні дії третіх осіб; викрадання транспортного засобу та ін. Страхові компанії України пропонують пакет добровільного страхування наземних транспортних засобів «КАСКО», страховий платіж за який складає від 1,2% до 8,0% від страхової суми (дійсної вартості автомобіля на дату укладення договору страхування) [8]. Згідно з Законом України «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів», обов'язковим є страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів перед третіми особами за спричинення шкоди їх майну та/або здоров'ю [2]. Шкоду, завдану внаслідок дорожньо-транспортної пригоди потерпілим особам, відшкодовує страхова компанія. Вартість полісу обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів залежить від типу транспортного засобу, сфери та території його використання, водійського стажу осіб, відповідальність яких застрахована за договором, кількості зазначених у договорі осіб, терміну дії договору.

Підприємства роздрібної торгівлі споживчими товарами часто бувають об'єднані у торговельні мережі, між якими постійно здійснюється вантажообіг. Під час транспортування існує загроза пошкодження або повної втрати

вантажу, що призводить до суттєвих збитків. На нашу думку, доцільним є страхування товарів, що перевозяться. Страхова сума в даному випадку визначається за взаємною домовленістю сторін у межах дійсної вартості вантажу на момент укладення договору страхування або з її перевищенням відповідно до умов постачання вантажу. Страховий тариф залежить від виду вантажу та транспортного засобу, що його перевозить, маршруту перевезення, обраних ризиків та інших умов страхування і знаходиться в межах від 0,1 до 0,7% страхової суми [8].

Запорукою успішної діяльності будь-якого підприємства, в тому числі торговельного, є активний, працездатний колектив. Фізичне та емоційне здоров'я персоналу суттєво впливає на загальну ефективність роботи. Страхування життя і здоров'я працівників – це загальновідомий засіб мотивації персоналу в усьому світі, що є ефективною складовою комплексної соціальної програми. Впровадження даного страхування забезпечує стабільну роботу команди та стимулює до досягнення значних результатів. Страхові компанії пропонують наступні види добровільного страхування працівників підприємства: медичне; від нещасного випадку; на випадок хвороби.

У нашій країні соціальне страхування є обов'язковим для всіх суб'єктів підприємницької діяльності, які використовують найману працю, зокрема і для підприємств роздрібною торгівлі споживчими товарами. Він захищає інтереси працівників у випадку хвороби, у разі настання нещасного випадку у процесі здійснення трудової діяльності, відшкодовує втрачений заробіток через втрату працездатності. Для забезпечення соціального страхування в Україні створено відповідні державні фонди: Пенсійний фонд України (ПФУ), Фонд загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття (ФЗДССБ), Фонд соціального страхування з тимчасової втрати працездатності (ФССТВП), Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України (ФССНВ), які здійснюють акумуляцію страхових коштів, контроль за їх використанням і забезпечують фінансування страхових виплат. Згідно з Законом України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування», підприємства, установи, організації сплачують єдиний внесок на соціальне страхування, який розраховується у відсотках до нарахованого фонду оплати праці відповідно до класів професійного ризику виробництва з урахуванням виду економічної діяльності [1]. Згідно з Постановою КМУ від 27.06.2003р. №985 «Про внесення змін до Порядку визначення страхових тарифів для підприємств, установ та організацій на загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання», підприємства роздрібною торгівлі споживчими товарами віднесено до 5 класу професійного ризику. Цьому класу відповідає єдиний страховий внесок у розмірі 36,8% [4]. У разі настання страхового випадку всі витрати на відшкодування завданої працівнику шкоди беруть на

себе Фонди соціального страхування.

Ще одним досить перспективним напрямком розвитку страхового ринку України є комплексне страхування підприємств окремих галузей. Воно передбачає захист усього переліку корпоративних інтересів і напрямів діяльності підприємства, а отже, дозволяє максимізувати захист при мінімізації затрат на його здійснення [6, с.50]. Комплексне страхування підприємств роздрібною торгівлі на даний час не набуло поширення в Україні. На нашу думку, доцільно було б включити всі розглянуті вище види страхування в один страховий пакет, а не купувати поліси для страхування кожного окремо взятого ризику. Чимало підприємств роздрібною торгівлі сьогодні лише починають замислюватися над страхуванням майна або персоналу. Це пов'язано з тим, що інститут страхування бізнесу є досить новим для української економіки. Багато підприємців вважають витрати на страхування зайвими. Однак у випадку настання ризикових ситуацій (нещасні випадки, стихійні лиха і т.п.) саме страхове відшкодування може стати порятунком підприємства від величезних фінансових витрат, які можуть призвести до банкрутства і припинення діяльності.

Ринок страхування є однією з галузей вітчизняної економіки, яка найбільш динамічно розвивається. Сьогодні провідні компанії України намагаються ефективно розв'язувати проблему недовіри до страхування через впровадження механізму страхового маркетингу. Страховий маркетинг – це система взаємодії страховика і страхувальника, спрямована на взаємне врахування інтересів і потреб, яка включає: проведення маркетингових досліджень; розробку нових чи адаптацію існуючих страхових продуктів (послуг) з урахуванням вимог ринку; здійснення заходів щодо просування страхових продуктів; проведення комунікаційної PR-політики [5, с.8]. Страхові компанії, як правило, застосовують чотири основні канали реалізації своїх страхових продуктів: 1) офісний метод реалізації, коли клієнт самостійно прибуває чи запрошується до офісу страховика; 2) через відокремлені підрозділи та агентську мережу, які відшуковують клієнта й працюють із ним за межами головного офісу; 3) через об'єднання страховиків; 4) брокерське посередництво. Основна відмінність між страховим брокером та агентом полягає в тому, що брокер діє в інтересах клієнта, а агент діє в інтересах конкретного страховика, представляючи його інтереси перед клієнтом.

Для підприємств роздрібною торгівлі споживчими товарами дуже важливим є процес вибору страхової компанії. Початкову загальну інформацію про страхову фірму можна отримати з преси, друкованої реклами, із засобів мовлення (радіо та телебачення), поштової реклами, щитів, вивісок на вулицях міста, у місцях продажу страхових продуктів, на виставках, ярмарках, з комп'ютеризованих джерел інформації та від осіб, що користувалися страховими послугами. Далі необхідно дізнатися, які страхові компанії мають представництва (філії) у регіоні, де діє підприємство, і чи займаються вони

страхуванням ризиків, пов'язаних з торговельною діяльністю. Для отримання детальної інформації про фінансову стійкість обраної страхової компанії необхідно звернутися до таблиць рейтингів страхових компаній, які публікують відкриті джерела інформації фінансового спрямування та відповідні веб-сайти. Компанії, які діють прозоро, час від часу оприлюднюють дані щодо фінансового стану: страхові виплати, збір страхових премій. Найбільш правдоподібні рейтинги подають Держфінпослуг, Ліга страхових організацій України та спеціалізовані видання (наприклад, «Insurance Top», «Страхова справа», «Форіншурер» та ін.). При вивченні інформації про страхові компанії потрібно звернути увагу на такі показники: репутація страхової компанії, наявність чинної ліцензії на страхування, фінансові показники, чи перестраховує компанія свої ризики і де вона це робить.

Як і всяка господарська діяльність, страхування потребує управління. Саме тому актуальним у наш час стає питання впровадження системи страхового ризик-менеджменту. В науковій літературі дане поняття розглядається як комплекс заходів, орієнтованих на управління страховою організацією (фірмою) з метою підвищення ефективності її функціонування. На нашу думку, доцільно було б розглянути поняття страхового ризик-менеджменту і з позицій управління торговельним підприємством. Пропонуємо ввести поняття ризик-менеджменту страхової діяльності торговельного підприємства, яке можна визначити як систему моніторингу, контролю, управління страховою діяльністю, що включає визначення доцільності та ефективності страхування тих чи інших ризиків торговельного підприємства.

До переваг використання торговельними підприємствами страхування належить: зниження невизначеності у фінансовому плануванні; залучення страхового капіталу для компенсації збитків торговельного підприємства; скорочення витрат на управління ризиком шляхом використання досвіду страхових експертів для оцінки й управління ризиком. Факторами, що обмежують використання страхування в діяльності торговельних підприємств, є: вартість страхування, наявність ризиків, що не підлягають страхуванню, труднощі вибору конкуруючих страхових компаній і оцінки їх платоспроможності [7, с.5].

Підсумовуючи вищевикладене, зауважимо, що інституціональний базис страхової діяльності підприємств роздрібної торгівлі на ринку споживчих товарів ґрунтується на таких основних складових:

❖ правовий напрямок: законодавство у сфері страхування (ЗУ «Про страхування», ЗУ «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності», ЗУ «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності та витратами, зумовленими похованням», ЗУ «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття», ЗУ «Про фінансові послуги та

державне регулювання ринків фінансових послуг», ЗУ «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів», ЗУ «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування», Постанова КМУ від 27.06.2003р. № 985 «Про внесення змін до Порядку визначення страхових тарифів для підприємств, установ та організацій на загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання» та ін.);

❖ організаційний напрямок: фінансові установи, що здійснюють страхову діяльність (страховики – страхові компанії/фірми; державні фонди соціального страхування: ПФУ, ФЗДССБ, ФССТВП, ФССНВ);

❖ комунікаційний напрямок: страховий маркетинг та страховий ризик-менеджмент.

Найпривабливішими видами страхування для підприємств роздрібної торгівлі споживчими товарами є страхування майна юридичних осіб; фінансових ризиків; відповідальності перед третіми особами; автотранспортних засобів; вантажів; життя і здоров'я працівників.

У наступних дослідженнях необхідно розробити механізми формування комплексного страхування діяльності підприємств роздрібної торгівлі споживчими товарами та визначити доцільність включення тих чи інших послуг у пакет страхування.

Список використаних джерел:

1. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування [Текст] : [закон України : офіц. текст : станом на 1 жовтня 2011 р.]. – <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів [Текст] : [закон України : офіц. текст : станом на 8 січня 2012 р.]. – <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Про страхування [Текст] : [закон України : офіц. текст : станом на 9 листопада 2011 р.]. – <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Про внесення змін до Порядку визначення страхових тарифів для підприємств, установ та організацій на загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання [Текст] : [постанова КМУ № 985 : офіц. текст : станом на 27 червня 2003 р.]. – <http://zakon.rada.gov.ua>.
5. Макеева Д. А. Регіональний маркетинг страхових послуг [Текст] / Д.А.Макеева // Практический маркетинг. – 2000. - № 11. – С. 8-11.
6. Михайловська А. А. Комплексне страхування торговельних підприємств як ефективний метод захисту від наслідків ризикових подій [Текст] / А.А.Михайловська, А.А.Хмарук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. - №2. – С.50-52.
7. Севка В. Г. Страхування діяльності торговельних підприємств : Дис... канд. екон. наук: 08.07.05 [Текст] / В.Г.Севка. – Донецьк : Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, 2002. – 246 с.
8. Державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dfp.gov.ua>.
9. Держкомстат України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.