

9. Пернарівський О.В. Аналіз, оцінка та способи зниження банківських ризиків / О.В. Пернарівський // Вісник НБУ. – 2014. – Квітень. – С. 45–48.
10. Офіційний сайт Української національної іпотечної асоціації / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unia.com>.

УДК [368.013:330.123.6]:006.015.5

Чопляк І.А.

*викладач кафедри фінансів і кредиту
Вінницького навчально-наукового інституту економіки
Тернопільського національного економічного університету*

МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

У статті обґрунтовано необхідність забезпечення управління якістю страхових послуг суб'єктів сфери страхування в Україні. Уточнено сутність та характеристики якості страхової послуги, виділено фактори впливу на якість послуг. Запропоновано модель якості страхових послуг з урахуванням усіх факторів та чинників, які на неї впливають.

Ключові слова: страхова послуга, якість страхової послуги, характеристики якості, фактори впливу на якість послуг, менеджмент якості послуг.

Чопляк И.А. МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА СТРАХОВЫХ УСЛУГ

В статье обоснована необходимость обеспечения управления качеством страховых услуг субъектов сферы страхования в Украине. Уточнена сущность и характеристики качества страховой услуги, выделены факторы влияния на качество услуг. Предложена структурная модель качества страховых услуг с учетом всех факторов, которые на нее влияют.

Ключевые слова: страховая услуга, качество страховой услуги, характеристики качества, факторы влияния на качество услуг, менеджмент качества услуг.

Chopliak I.A. MECHANISM OF THE ENSURING OF QUALITY MANAGEMENT SERVICES INSURANCE

The article substantiates the need to ensure the quality management of insurance services of sphere of insurance in Ukraine. The essence and characteristics of quality insurance services allocated factors influencing service quality. The model of quality of insurance services, taking into account all the factors that affect it.

Keywords: insurance, quality an insurance services, characteristics of quality, impacts on the quality of services, management quality.

Постановка проблеми. В сьогоднішніх умовах розвитку страхового ринку якість страхових послуг є ключовим елементом стратегії суб'єктів страхової сфери, спрямованої на підвищення рівня їх конкурентоспроможності. Формування стратегічно орієнтованих керуючих впливів створить сприятливі умови для зростання господарюючих суб'єктів сфери страхування як у поточному періоді, так і в перспективі.

Інструментом підвищення конкурентоспроможності діяльності суб'єктів страхової сфери є система управління якістю. Виробництво страхових послуг високої якості підвищить цільову спрямованість стратегічних дій, забезпечить оптимальне співвідношення економічних інтересів усіх учасників страхової угоди та ефективно вирішення соціально-економічних проблем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основним аспектам дослідження страхового ринку та страхових послуг компаній на ньому присвячено низку досліджень таких фахівців, як Д. Ванін [1], І. Малікова [2], С. Осадець [3], Н. Ткаченко [4], С. Ермасов [5], В. Тринчук [6] та ін. Незважаючи на різноплановість проведених досліджень, більшість із них присвячено питанням функціонування страхового ринку та його суб'єктів, рівню страхового обслуговування та сутності страхових послуг.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. В опублікованих раніше роботах з указаної проблематики аналізуються умови розвитку страхового ринку, обговорюються питання створення ефективної системи страхових продуктів та страхових послуг як складової частини сфери страхових відносин, яка давала б змогу забезпечити ефективно

функціонування сучасного страхового ринку. Проте сутнісні уявлення про формування ефективного механізму управління якістю послуг у сфері страхування з урахуванням існуючої специфіки страхової діяльності залишаються недостатньо вирішеними.

Мета статті полягає у розробці та обґрунтуванні теоретичних і методичних положень організаційно-економічного характеру формування механізму управління якістю послуг господарюючих суб'єктів страхової сфери.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для українського страхового ринку на сьогодні актуальним та важливим є питання задоволеності споживачів якістю страхових послуг, страхових продуктів та страхового обслуговування.

Ринок страхових послуг – особлива соціально-економічна структура, певна сфера грошових відносин, де об'єктом купівлі-продажу виступає страховий захист, формуються попит і пропозиція на неї.

Якість страхової послуги є одним із найважливіших чинників, який дає можливість залучити нових клієнтів та сформувавши прихильність до певної страхової компанії. Страхова послуга має низку особливостей: віддаленість надання послуги у часі та просторі, неможливість оцінити якість послуги до моменту її одержання, ризик настання страхового випадку.

Якість страхової послуги, за визначенням С.В. Ермасова [5, с. 314], включає технічну і функціоналу якість. Технічна якість включає пакет послуг, які компанія пропонує клієнтові. Для клієнта важливий не тільки результат від споживання послуги, але й сам процес споживання, під час якого він вступає в контакт із персоналом компанії. Те, що відбу-

вається в процесі споживання послуги, визначає її функціональна якість.

Управління якістю у страховій сфері не випадково є сучасним методом підвищення конкурентоспроможності страхових послуг. Підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання страхової сфери має здійснюватися на основі вирішення проблем взаємодії страховика та страхувальника з метою забезпечення споживачів послугами високої якості за рахунок оптимального використання матеріальних, трудових, фінансових та інформаційних ресурсів.

Систему управління якістю страхової сфери можна визначити як структурний елемент, спрямований на координацію взаємодії всіх учасників, процес надання страхової послуги та інформаційних потоків, що забезпечує задоволення потреб споживачів за оптимальних витрат на якість. Метою менеджменту в страховій організації є забезпечення досягнення основної мети страхування – задоволення потреби клієнтів в отриманні надійного страхового захисту, що відповідає вимогам страхового законодавства. За правильної організації менеджменту забезпечується і досягнення комерційної мети – отримання прибутку (позитивного фінансового результату) від діяльності.

Забезпечення якості послуги, що задовольняє споживачів, є найважливішою складовою частиною нецінної конкуренції в страхуванні. Особливість страхової послуги полягає в тому, що усвідомлення потреби в страховому захисті у споживача або виражено слабко, або відсутнє. Водночас страхова послуга володіє високим ступенем корисності для споживачів [7, с. 27].

У страховій послуді можна виділити декілька особливостей, важливих із позиції менеджменту якості [5; 6; 8]: послуга, на відміну від товару, невідчутна та не підлягає зберіганню, що ускладнює оцінювання її якості споживачем; взаємодія виробника зі споживачем під час надання страхової послуги є високою, тобто послуга невіддільна від виробника; під час продажу та надання страхової послуги виробником ураховуються індивідуальні потреби споживача та особливості ризику, який приймається на страхування, що знижує однорідність послуг для виробника.

Першим завданням, яке необхідно вирішити при створенні системи менеджменту якості для страхової компанії, є обґрунтування і вибір із безлічі моделей, розроблених на основі визнаних управлінських концепцій, моделі системи менеджменту якості, найбільш прийнятої для страхової компанії.

Фактори сприйняття споживачем якості послуг в страхуванні поділяються на дві основні групи: пов'язані з якістю кінцевої послуги та пов'язані з якістю процесу надання послуги. У першій групі виділяють ступінь доступності послуги, репутацію компанії, надійність послуги. До другої групи факторів належать компетенція персоналу, рівень комунікації компанії та її співробітників. Ефективний механізм управління якістю повинен включати моніторинг кон'юнктури страхового ринку, рівнів якості окремих послуг, та зміни у структурі переваг споживача. Таким чином, якість страхової послуги є виміром рівня послуг, що надаються та відповідним ступенем очікуванням клієнта. У рамках даного підходу на рис. 1 запропоновано модель структури якості

страхових послуг з урахуванням усіх чинників, які на неї впливають.

Отже, з точки зору страхувальника, якісна страхова послуга повинна відповідати такому:

- 1) умови страхування повинні забезпечувати захист страхувальника від ризиків;
- 2) ціна повинна бути на відповідному рівні, тобто відповідати застрахованим ризикам, а також не бути значно вище, ніж у конкурентів, і не бути значно заниженою, оскільки це може викликати підозру про її якість;
- 3) відповідати уявленням страхувальника про гарантовані виплати реальним фінансовим можливостям страхової компанії;
- 4) компетентність і професіоналізм персоналу;
- 5) популярність бренду компанії, місце в рейтингу, її фінансове становище та репутація.

Таким чином, усе вищеперераховане є факторами, які впливають на уявлення страхувальника про якість послуги страхової компанії.

Оцінка ефективності системи управління якістю є одним з елементів процесу розробки стратегії страхової організації і політики в області якості, а результати аналізу діяльності системи управління якістю дадуть змогу уникнути незбалансованості бюджету господарюючих суб'єктів сфери страхування. Під час формування фінансової політики страхової організації необхідно розглядати систему управління якістю страхових послуг як один із напрямів внутрішніх інвестицій.

Для вибору напрямку стратегії якості сфери послуг у страхових компаніях необхідно провести стратегічний внутрішній аналіз. Для цього може бути використана модель самооцінки організації, що дає змогу визначити сильні і слабкі сторони її діяльності. У результаті аналізу виробляються стратегічні альтернативи напрямів розвитку стратегії якості в організації сфери послуг, наприклад: інновації та інвес-

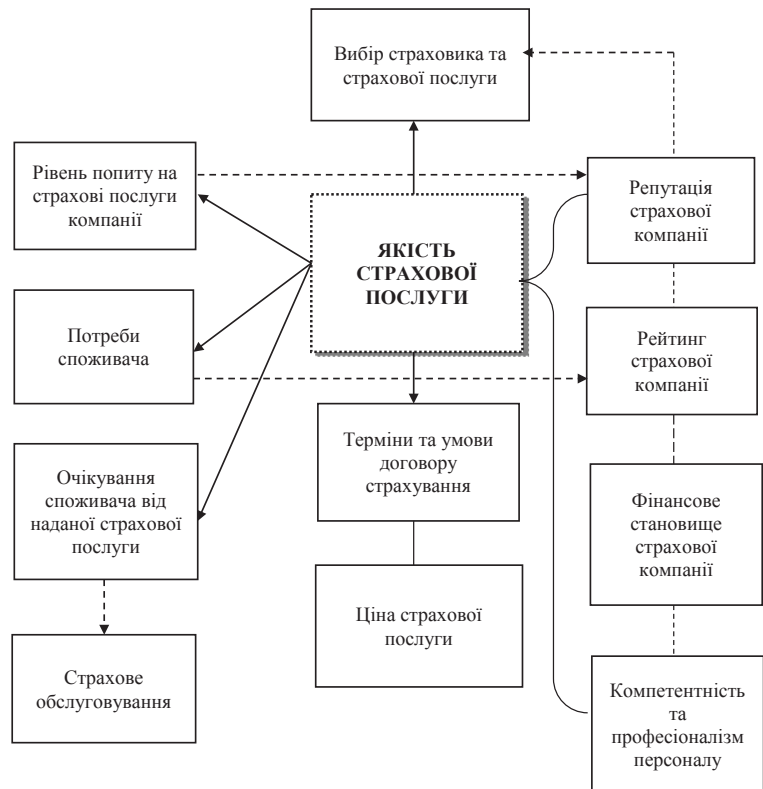


Рис. 1. Модель складових частин якості страхових послуг

тиції, пов'язані з якістю послуг, диференціація видів послуг залежно від запитів клієнтів, контроль якості процесів надання послуг, проекти мотивації персоналу для поліпшення якості послуг.

Важливим елементом сучасного механізму управління якістю господарюючих суб'єктів сфери страхування є організація моніторингу результатів обслуговування, що складається з комплексних оцінок, які базуються на відповідних джерелах інформації, що включають: інформацію про ефективність і економічну результативність процесу надання послуги при забезпеченні вимог до послуги і ступеня задоволеності споживачів; висновки внутрішніх перевірок (аудитів) застосування й ефективності всіх елементів системи управління якістю при досягненні встановлених цілей забезпечення якості послуги.

Інструментом підвищення рівня якості страхових послуг повинна слугувати розробка правил та стандартів страхування, що дасть змогу: забезпечити єдині науково обґрунтовані підходи до страхування; забезпечити захист інтересів застрахованої особи, виражені в тому, що застосування стандартів дає йому можливість раціональним чином підійти до вибору страховика, орієнтуючись на фінансову стійкість і надійність страхової організації, а також використання стандартних процедур надання страхових послуг.

Досвід розвинених країн свідчить про те, що ринку страхових послуг властиві стимули саморозвитку, які ґрунтуються передусім на активному використанні концепції маркетингу. Для даної концепції характерно насамперед те, що вона орієнтована на більш повне задоволення запитів клієнтів страхових компаній.

Страховий маркетинг – це система взаємодії страховика і страхувальника, спрямована на взаємне врахування інтересів і потреб. Часто під страховим маркетингом розуміють комплекс дій, спрямованих на максимізацію прибутку страховика за рахунок більш повного врахування потреб споживачів. Цей погляд на страховий маркетинг є більш вузьким, але й більш поширеним, основним на сьогоднішній день [9, с. 15].

Страховий маркетинг містить у собі:

- дослідження страхових ринків;
- дослідження сукупної відповідальності страховика за всіма діючими полісами;
- формування попиту на страхові послуги;
- просування страхових продуктів на ринок.

Реалізуючи маркетинг послуг, компанія вирішує три головні завдання:

1. Створення послуг, що відрізняються від послуг конкурентів, а саме диференціація послуг, новизна, коректна цінова політика, сприятливі умови надання.
2. Висока якість послуг.
3. Кваліфіковане обслуговування покупців страхової послуги.

Маркетингова концепція страхових послуг в управлінні якістю є необхідною умовою для розвитку самої страхової компанії і підвищення її прибутковості в жорстких умовах конкуренції та потужним стимулом для розвитку страхового ринку в цілому.

Для оцінки якості страхових послуг необхідно встановити узагальнюючий показник якості страхового обслуговування, що дасть змогу врахувати

всі параметри якості. Аналіз основних індикаторів якості надасть можливість страховій організації підвищити ефективність системи управління в цілому, встановити напрями підвищення рівня якості послуг, що надаються в перспективі.

В основі механізму управління якістю страхових послуг лежить вироблення управлінських рішень із подальшою їх реалізацією, спрямованих на підвищення рівня страхового обслуговування. При управлінні якістю страхових послуг безпосередніми об'єктами управління є процеси, від яких значною мірою залежить якісна складова страхового продукту. Вони формуються і протікають як на передпродажній стадії, так і на стадії реалізації життєвого циклу страхової послуги. Висока якість страхової послуги дає страховику змогу перейти від активного пошуку нових клієнтів як основи підтримки своєї рентабельності до опори на постійну клієнтуру.

Висновки. Таким чином, для збільшення конкурентоспроможності вітчизняних страхових організацій необхідним є підвищення рівня якості послуг, що надаються на основі ефективної взаємодії всіх елементів системи страхування. Особливості виробництва і реалізації страхових послуг обумовлені імовірнісним характером страхових подій, специфікою формування ціни і пасивним характером попиту на страхування. З огляду на особливості функціонування страхового ринку, а також на специфіку надання фінансових послуг, зокрема страхових, на сучасному етапі необхідне створення ефективної системи управління якістю, яка дасть змогу підвищити рівень попиту на страхові послуги, буде сприяти зниженню витрат господарюючих суб'єктів.

Формування в усіх учасників страхового ринку єдиного розуміння необхідності впровадження механізму управління якістю страхових послуг сприятиме розвитку конкурентного середовища на ринку страхових послуг, підвищить інвестиційну привабливість страхової сфери, забезпечить рівні умови діяльності всіх страхових організацій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ванін Д. Перспективи та проблеми вхідного зарубіжного пере-страхування / Д. Ванін // Страхова справа. – 2013. – № 2. – С. 34–37.
2. Малікова І.П. Особливості реалізації страхового товару на ринку фінансових послуг / І.П. Малікова // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2013. – № 1. – С. 106–111.
3. Осадець С. Напрями модернізації страхової справи / С. Осадець // Страхова справа. – 2012. – № 2. – С. 13–17.
4. Ткаченко Н. Принципи організації ефективних комплексних продажів у роздрібному страхуванні / Н. Ткаченко, Н. Рябонь // Світ фінансів. – 2012. – № 3. – С. 152–161.
5. Ермасов С.В. Страхование: учебник для бакалавров / С.В. Ермасов, Н.Б. Ермасова. – Москва: Юрайт. – 2014. – 800 с.
6. Тринчук В.В. Формування та розвиток маркетингу страхових компаній: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / В.В. Тринчук. – К., 2005. – 23 с.
7. Хованов А. Продажа страхової услуги / А. Хованов // Страховое ревью. – 2000. – № 7. – С. 27–32.
8. Кравчук Г.В. Методологічні засади управління конкурентоспроможністю страхових компаній: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: спец. 08.00.08 / Г.В. Кравчук. – Суми, 2010. – 40 с.
9. Краснова И. Некоторые аспекты страхового маркетинга / И. Краснова // Страховое ревью. – 2002. – № 2. – С. 10–16.