

Н.В. Яременко, ген. дир.

Європейська федерація фінансових посередників "Green Capital"

**СУТНІСТЬ ТА ЗАВДАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ***(Представлено д.е.н., проф. Виговською Н.Г.)*

*Розглянуто сутність малого бізнесу, визначаються особливості допоміжної діяльності у сфері страхування та пенсійного забезпечення, розкриваються основні завдання малого бізнесу на страховому ринку у сучасних умовах.*

**Ключові слова:** малий бізнес, страхування, страхова компанія, страховий ринок, страхувальник.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** Світовий досвід доводить, що розвиток малого бізнесу є базою формування середнього класу, який, у свою чергу, закладає основи соціальної стабільності суспільства і відіграє важливу роль у розвитку його демократичних засад. Малий бізнес в Україні ще не зайняв своєї ніші у структурі вітчизняної економіки. На його розвиток негативно впливають недосконалість і обтяжливість системи оподаткування, неврегульованість питань фінансування і кредитування, зокрема мікрокредитування, нерозвиненість інфраструктурної підтримки і недосконалість інституційного забезпечення. Усунення цих проблем та створення сприятливих умов для розвитку малого бізнесу потребує впровадження нових методів регулювання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретико-методологічні засади дослідження проблем підприємництва були закладені ще у XVIII ст. у працях таких знаних західних економістів як Р.Кантільйон, А.Сміт, Д.Рікардо, Ж.-Б. Сей та знайшли свій подальший розвиток у численних дослідженнях М.Вебера, В.Зомбарта, Д.Кейнса, П.Самуельсона, Ф.Хайєка, Й.Шумпетера та ін. Значний внесок у дослідження процесу становлення малого бізнесу в трансформаційних економіках, вивчення основних бар'єрів його розвитку і вдосконалення регуляторної політики внесли Л. де Са, З.Джонсон, Дж.Мак Міллан, Д.Вудроф, Н.Лемер, К.Шоар та ін. Теоретичні проблеми формування малого бізнесу, його регулювання та стимулювання в Україні знайшли відображення у працях українських вчених, зокрема Ю.Бажала, Т.Бондарук, З.Варналія, В.Воротіна, Л.Воротіної, В.Гейця, А.Гриценка, Я.Жаліла, В.Кредісова, В.Литвиненко, І.Малого, В.Селіванова, В.Сизоненка, Т.Черняк, А.Чухна та багатьох інших. Науковцями досліджено і висвітлено окремі аспекти організації малого підприємництва, функціонування інститутів держави та їх ролі у розвитку підприємницького сектора, законодавчого забезпечення підприємницької діяльності, нагромаджено значний теоретичний та практичний досвід. Поряд з цим чимало питань формування малого бізнесу на страховому ринку України не отримали достатнього висвітлення.

**Метою статті** є визначення сутності та завдань малого бізнесу на страховому ринку в сучасних умовах.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** На думку Дж.Валтона, основою існування малих підприємств є діяльність, яка не може бути ефективною у великомасштабній діяльності економічної організації" [1]. Водночас чіткого, однозначного, науково обґрунтованого визначення понять "малий бізнес" та "мале підприємництво" у вітчизняній економічній науці не склалося. Найпоширенішою серед економістів є точка зору, яка отожднює ці поняття, трактуючи останнє як інноваційну і ризикову діяльність із метою отримання прибутку за створені та надані блага. Не дивлячись на те, що питанням, які пов'язані з критеріями малих підприємств, приділяється велика увага і в зарубіжній, і у вітчизняній науковій літературі, поки що немає загальновизнаного підходу щодо віднесення господарських суб'єктів до категорії малих. Це підтверджує світовий досвід та вітчизняна практика, де знову внесено зміни до визначення критеріїв малих підприємств.

Слово "бізнес" (від англійського "business" – заняття, діло; "busy" – зайнятий; "to be busy" – бути зайнятим) отримало багато споріднених, але неоднакових за змістом значень (заняття, діло, підприємництво, ділові кола, ділове життя, професія, джерело заробітку) [2].

У західній економічній літературі домінують системні визначення бізнесу. У книзі "Концепція бізнесу", підготовленій ученими С.Розенблаттом, Р.Боннінґтоном, В.Нідлсом з університетів Техаса та Іллінойса (США), визначення бізнесу сформульовано так: бізнес – це система ведення діла (справи); бізнес – це створення продукції, потрібної людям; бізнес – це робота; бізнес – це центральна магістраль у нашій соціально-економічній системі; бізнес – система, яку ми створили для задоволення наших бажань; бізнес – це те, як ми живемо [3].

Такі тлумачення бізнесу підтверджують високий рівень розуміння його ролі в економіці країни.

У радянські часи в людей переважало негативне ставлення до бізнесу. Це не без сліду вплинуло і на

сьогоднішнє сприйняття верстви підприємців та протиставлення їх іншим соціальним групам.

Кожна країна користується власним набором визначень, який відповідає її економічній системі та особливостям розвитку підприємництва. За оцінками експертів Світового банку близько 50 визначень малого бізнесу існує у країнах, що розвиваються [4].

Термін “малий бізнес” використовується в основному в англomовних країнах, а в Японії та Західній Європі частіше користуються терміном малі та середні підприємства [5].

Що ж до суті визначення малого бізнесу, то, на думку В.А. Рубе [6], “малий бізнес” – сукупність малих та середніх підприємств, дещо цілісне, що протистоїть деякою мірою великому бізнесу і разом з ним, а також із державним сектором (там, де він є) утворює єдине ціле – економіку країни.

Малий бізнес – клітина малого підприємництва – особливого сектору економіки, який утворений сукупністю малих підприємств та приватних підприємців і являє собою специфічну суспільну форму дрібного виробництва в умовах ринку [5].

З.С. Варналій [7] пояснює малий бізнес як будь-яку діяльність малих підприємств та окремих громадян (фізичних осіб), спрямовану на отримання прибутку. Тобто це може бути будь-яка діяльність, що не суперечить чинному законодавству та спрямована на реалізацію власного економічного інтересу.

За визначенням З.С. Варналія [7], мале підприємництво – це самостійна, систематична, інноваційна діяльність малих підприємств та громадян-підприємців на власний ризик із метою реалізації економічного інтересу – отримання прибутку (підприємницького доходу). Він розмежовує поняття “малий бізнес” та “мале підприємництво” через якісний складник, надаючи малому підприємству більшу ступінь ризику та інноваційності.

Подібними є твердження В.Савченка [8], де автор, розуміючи під “малим бізнесом” лише малі підприємства, наголошує, що “мале підприємництво” характеризується не стільки невеликими розмірами діяльності, як її якістю – обов’язковим базуванням на ризиковій та інноваційній основі, повній економічній відповідальності, гнучкому управлінні, що спрямовані на отримання з одиниці затраченого капіталу максимального прибутку.

У той же час, наприклад, ряд економістів [10; 11] у своїх наукових дослідженнях наголошують на можливості їх ототожнення.

Цікавою є думка А.Шулуса [9], який таким чином трактує ці поняття: дрібне виробництво як особливий розмірний уклад характеризує організаційно-технічну сторону виробництва (площина продуктивних чинностей), а мале підприємництво ставиться до його соціально-економічного виміру й у цьому конкретному змісті збігається з поняттям “малий бізнес”. Малий бізнес він визначає як цілісне соціально-економічне явище певного сектора (укладу) економіки.

Тому, виходячи з вищенаведених міркувань, вважаємо цілком задовільними (за аналогією з роботами [10; 11]) щодо основних понять, що стосуються малого бізнесу, його сутності в межах якоїсь конкретної галузі, такі формулювання: бізнес є підприємництво, бізнесмен – підприємець, малий бізнес – мале підприємництво; мале підприємство – підприємство малого бізнесу. Тобто наведені категорії можна розглядати як синоніми.

Основою малого бізнесу/малого підприємництва на страховому ринку є допоміжна діяльність у сфері страхування та пенсійного забезпечення, яку здійснюють страхові агенти, страхові брокери, аварійні комісари (сюрвеєри, аджастери), зовнішні актуарії та асистуючі компанії.

Допоміжна діяльність у сфері страхування та пенсійного забезпечення визначається Національним класифікатором України видів економічної діяльності із змінами і доповненнями, внесеними наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 29 листопада 2010 р. № 530.

Таблиця 1

## Класифікація видів малого бізнесу на страховому ринку

Клас КВЕД 2012	Назва видів економічної діяльності та пояснення до них
66.21	Оцінювання ризиків та завданої шкоди, що включає діяльність фахівців з оцінювання ризиків та завданої шкоди
66.22	Діяльність страхових агентів і брокерів, що включає діяльність страхових агентів (страхових посередників) з рекламування, консультування, пропонування страхувальникам страхових послуг; проведення роботи, пов’язаної з укладанням та виконанням договорів страхування, у т.ч. оформленні всіх необхідних документів для своєчасної виплати страхової суми або страхового відшкодування
66.29	Інша допоміжна діяльність у сфері страхування та пенсійного забезпечення, що включає управління виплатами за врятоване майно; надання актуарних послуг; надання послуг

## асистансу (діяльність сервісних компаній з врегулювання страхових випадків)

Джерело: розробка автора відповідно Національного класифікатору України видів економічної діяльності

Основними економічними рисами малого підприємства на страховому ринку є:

1) відособленість (тобто господарювання на свій страх і ризик);  
2) спеціалізація на певних видах допоміжної діяльності у сфері страхування та пенсійного забезпечення;

3) реєстрація в якості суб'єкта підприємницької діяльності (юридичної або фізичної особи).

Соціально-економічну визначеність малого підприємства на страховому ринку доповнюють такою обставиною: воно (мале підприємство) може ґрунтуватися на:

1) особистій праці власника й членів його родини;  
2) використанні найманої праці в сполученні з виробничо-управлінською діяльністю власника (його родини) [9].

При аналізі складу компонентів малого бізнесу на страховому ринку можна виділити:

– матеріально-технічні ресурси (офісні приміщення, оргтехніка, автотранспорт);  
– кошти;  
– елементи “ідеального” порядку (інтелектуальна власність, цілі, концепції, знання, різна інформація);  
– економічні, соціальні, організаційні, технічні, правові та інші процеси (відносини);  
– різні соціальні типи й групи людей (власники-підприємці й наймані працівники; керівники, фахівці та ін.).

Малий бізнес на страховому ринку забезпечує виконання наступних важливих суспільних завдань:

– оцінювання ризиків та завданої шкоди (діяльність аджастерів, диспашерів, аварійних комісарів);

– рекламування, консультування та пропонування потенційним страхувальникам страхових послуг (діяльність страхових агентів та брокерів);

– проведення роботи, пов'язаної з укладанням та виконанням договорів страхування, у т.ч. оформленні всіх необхідних документів для своєчасної виплати страхової виплати;

– управління виплатами за врятоване майно (діяльність сюрверів);

– надання актуарних послуг (діяльність актуарів);

– надання технічної, медичної, сервісної, інформаційної, правової й фінансової допомоги фізичним і юридичним особам як в межах договору страхування, так і відповідно до договору про надання послуг асистансу (діяльність сервісних компаній з врегулювання страхових випадків).

Малий бізнес є невід'ємним елементом страхового ринку в умовах розвинутої ринкової економіки, основою її конкурентного середовища, потужним двигуном соціального, економічного та науково-технічного розвитку суспільства, засобом реалізації підприємницького потенціалу населення.

Малий бізнес на страховому ринку забезпечує населення та підприємств допоміжними послугами у сфері страхування та пенсійного забезпечення, сприяє розвитку свободи конкуренції, впровадженню нових страхових послуг та створенню нових робочих місць; задовольняє потреби страхових компаній та захищає інтереси споживачів страхових послуг.

**Висновки.** Малий бізнес на страховому ринку – це самостійна, систематична господарська діяльність малих підприємств будь-якої форми власності та фізичних осіб-підприємців, яка проводиться як допоміжна діяльність у сфері страхування та пенсійного забезпечення, на власний ризик з метою отримання прибутку.

Сутність формування малого бізнесу на страховому ринку полягає в тому, що в результаті всього комплексу організаційно-технічного та соціально-економічного на якісно новому рівні відбувається процес створення, формування і функціонування інфраструктури страхового ринку, яка здатна забезпечити високий рівень надання страхових послуг і одночасно посилити соціально-економічний фактор. Для його успішного розвитку малого бізнесу на страховому ринку потрібна підтримка держави.

#### Список використаної літератури:

1. *Walton G.M. Understanding Economics Today / G.M. Walton, F.C. Wykoff.* – Boston : Irwin, 2004. – P. 110.
2. *Штайнхофф Д.* Основи управління малым бизнесом / *Д.Штайнхофф, Д.Берджес.* – М. : БИНОМ, 1997. – 496 с.
3. *Кісельов А.П.* Основи бізнесу : підручник / *А.П. Кісельов* – К. : Вища шк., 1997. – 191 с.
4. *Starey D.* Understanding the Small Business Sector / *D.Starey.* – London : Boutledge, 2005. – P. 13.
5. *Муравьев А.И.* Малый бизнес: экономика, организация, финансы: учеб. пособие для вузов / *А.И. Муравьев, А.М. Игнатьев, А.Б. Крутик.* – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Изд. дом “Бизнес-пресса”, 1999. – 608 с.
6. *Рубе В.А.* Малый бизнес: история, теория, практика / *В.А. Рубе* – М. : ТЕИС, 2000. – 231 с.

7. *Варналій З.С.* Мале підприємництво: основи теорії і практики / *З.С. Варналій* – К. : Знання, 2001. – 277 с.
8. *Савченко В.* Феномен підприємництва / *В.Савченко* // Рос. екон. журн. – 1996. – № 1. – С. 40–46.
9. *Шулус А.* Становление системы поддержки малого предпринимательства в России / *А.Шулус* // Рос. экон. журн. – 2007. – № 5–6. – С. 84–100.
10. *Шпак В.І.* Розвиток малого підприємництва в Україні : наук. вид. / *В.І. Шпак*. – К. : МАУП, 2002. – 112 с.
11. *Штайнхофф Д.* Основы управления малым бизнесом / *Д.Штайнхофф, Д.Берджес*. – М. : БИНОМ, 2007. – 496 с.

ЯРЕМЕНКО Надія Валентинівна – генеральний директор Європейської федерації фінансових посередників “Green Capital”.

Наукові інтереси:

- державне регулювання страхової діяльності;
- страховий менеджмент;
- страхові послуги;
- маркетинг у страхуванні та перестрахованні.

Стаття надійшла до редакції 30.05.2013