

Клапків Ю. М.,

*д-р екон. наук, професор, професор кафедри фінансів,
обліку та банківської справи*

Луняка Є. Є.,

студентка магістратури

Навчально-науковий інститут економіки та бізнесу

ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Миргород

МІССЕЛІНГ В КОНТЕКСТІ ДОБРОВІЛЬНОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ

Загроза місселінгу існує у всіх країнах і громадяни України не є виключенням. В українському контексті місселінг може стосуватися різних видів продуктів і послуг, включаючи страхування, фінансові послуги, нерухомість та інші.

Вважається, що до основних сфер, де споживачі мають можливість зіткнутися з місселінгом в Україні, включають:

1. Страхування. Продавці страхових продуктів можуть намагатися привернути клієнтів, надаючи неправдиву чи неповну інформацію про умови страхування, вартість поліса, обмеження та виключення.

2. Фінансові послуги. Місселінг може реалізовуватись у галузі фінансових послуг, де клієнтам може бути запропоновано продукти чи інвестиційні можливості базовані на неправдивих фактах або ж такі що не відповідають реальним потребам клієнта.

3. Нерухомість. При продажу нерухомості може бути застосовано місселінг, який полягає в приховуванні негативних аспектів об'єкта, завищенні його вартості або інших некоректних практиках.

4. Медичні послуги. Медичні працівники можуть намагатися направити пацієнтів на медичні послуги, які їм насправді не потрібні, з метою збільшення обсягу медичних операцій та прибутку. Може мати місце надання неповної інформації, використання неправдивих або перебільшених висловлювань про потенційні ризики, пов'язані з проведенням певних процедур їх ефективність або безпеку.

Вважається, що місселінг – це пропозиція споживачам придбати фінансові послуги, які не відповідають потребам цих споживачів, встановленим з урахуванням наявної у продавця інформації про характеристики цих споживачів, або пропозиція придбати ці послуги способами, що не відповідають їх характеру [1]. Фактично – це термін, який вказує на некоректний чи неправомірний продаж продуктів чи послуг, який здійснюється з боку продавців або постачальників. Він може включати, не лише надання неправдивої інформації, а і приховання

важливих фактів, агресивний маркетинг чи тиск на покупців для укладення угоди[2].

Місселінг в контексті добровільного медичного страхування або страхування життя може включати некоректну практику продавців страхових продуктів, які можуть надавати споживачам неправдиву чи оманливу інформацію, або переконуючи їх укласти угоди щодо абсолютно не придатних для них послуг. Особливої уваги, заслуговує проблематика добровільного медичного страхування, фактично тут місселінг може мати місце як у страховій послугі, найчастіше на етапі продажу, так і в процесі використання, вже на рівні медичних послуг. Аквізитор добровільного медичного страхування має перевагу щодо знань про конструкцію пропонованого продукту, тоді як клієнти часто не розуміють його специфіки. Фактично, продавець повинен передати повну та достовірну інформацію, щоб діяти етично [3], та на практиці у продавця немає ні інтересу щодо передачі такої кількості інформації, ні фізичної можливості, адже навіть частина людей із вищою економічною освітою, які здобували знання впродовж 5 років можуть мати із цим суттєві проблеми.

Немає сумніву, що необхідно підвищувати рівень захисту споживача. Це виявляється, зокрема, в регулюванні правового режиму фінансових та страхових послуг [4], яке повинно забезпечувати споживачеві вільну участь на цьому ринку (оскільки він характеризується збільшеним економічним ризиком, нерівномірно розподіленим між зацікавленими сторонами та асиметрією інформації).

Список використаних джерел

1. Paduszyńska, M. (2019). Misselling jako nadużywanie zaufania klienta na rynku finansowym. *Annales. Etyka W Życiu Gospodarczym*, 22(3), 45–60. <https://doi.org/10.18778/1899-2226.22.3.04>
2. Клапків Ю. М. Ринок страхових послуг: концептуальні засади, технічні інновації та перспективи розвитку : монографія. Тернопіль : ТНЕУ, 2020. 568 с.
3. Trynchuk, V. V., Horyslavets, P. A., Horbova, H. V., & Zelenitsa, I. M. (2018). Фінансовий омбудсмен і його роль у питаннях захисту прав споживачів на страховому ринку Польщі. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 3(26), 268–280. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v3i26.143868>
4. Kirk, J., Samuels, T., & Finch, L. (2022). The Financial Ombudsman Service. In *Mis-selling Financial Services* Edward Elgar Publishing. p. 322-345.