

Роман ЗВАРИЧ

ОЦІНКА УКРАЇНСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ СТРАХУВАННЯ

Досліджено економічну необхідність і сутність туристичного страхування, сучасний стан туристичного страхового ринку України. Проаналізовано регіональний туристичний ринок страхування. Встановлено недоліки та проблеми функціонування страхового ринку в туристичному середовищі. Сформульовано основні напрямки розвитку страхової діяльності в туристичній галузі.

Пріоритетом державної політики в галузі страхування будь-якої країни з ринковою економікою є підвищення ролі страхування та забезпечення умов для його ефективного розвитку. Одним із головних напрямків подальшого розвитку страхування з метою зміцнення його ролі і значення в Україні є розширення спектру та збільшення обсягів продуктів і послуг на страховому ринку, створення позитивного іміджу страхування. У зв'язку зі значним обсягом виїздів громадян України за межі держави, а також збільшенням кількості подорожуючих в Україні проблема створення ефективного механізму захисту інтересів туристів у процесі реалізації договірних відносин з приводу надання туристичних послуг є актуальною. Страхування туристичної подорожі для мешканців країн західної Європи чи Америки швидше є закономірністю, а не додатковою, оригінальною послугою. Для громадян туристичне страхування – це поняття, тотожне із поняттям майбутнього. Щоправда, обсяги туристичного страхування останнім часом зростають, що свідчить про те, що відпочивати – це корисно, але ще краще відпочивати безпечно і спокійно. Крім цього, Україна має об'єктивні передумови, щоб стати однією з найбільш розвинених у туристичному відношенні країн світу, а тому особливо великого значення набувають питання, пов'язані зі страхуванням туристів.

Аспекти туристичного страхування досліджували різні вітчизняні та зарубіжні вчені. Серед вчених, які вивчали основні форми страхового обслуговування туристів, слід виокремити таких: М. Биржаков, А. Гвозденко, В. Желтосов, А. Зимин, С. Косенко, С. Осадець, В. Разумков, Д. Хундельман, Г. Чернова, Я. Шумелда. Наукові дослідження функціонування страхових туристичних ринків були здійснені С. Богдановою, В. Гуменюком, С. Ефимовим, Д. Ковалевим, С. Носенком, О. Охріменком, А. Погореловим, А. Самохиною, В. Сушком, В. Шаховим. Проте і досі немає дослідження, яке стосується питання напрацюванні напрямів підвищення ефективності страхової діяльності в туристичній галузі України.

Метою цієї статті є дослідження сучасного стану туристичного страхового ринку України та напрацювання шляхів підвищення ефективності страхування в туризмі.

Відповідно до мети дослідження у роботі поставлені такі завдання:

- визначити учасників страхового ринку України, їхні характеристики й особливості;
- дати оцінку регіонального туристичного ринку страхування в Україні;
- обґрунтувати проблеми функціонування страхового ринку України в туристичному середовищі;
- окреслити стратегічні напрями розвитку страхової діяльності в туристичній галузі.

I. Характеристика учасників страхового ринку України

Страховий ринок України знаходиться на етапі становлення і демонструє динамічні темпи розвитку. Крім цього, динамічності розвитку страхових послуг надає стрімке зростання туристичної індустрії як у межах країни, так і ззовні. Ринок страхових послуг залишається в Україні найбільш капіталізованим серед інших небанківських фінансових ринків, особливо зважаючи на зменшення капіталізації в таких фінансових секторах економіки, як кредитна кооперація. За результатами I кварталу 2011 р., відзначалися темпи спаду більшості показників страхової діяльності порівняно з I кварталом 2010 р. динаміка показників свідчила про те, що на 8,0% збільшилась кількість укладених договорів (за винятком договорів з обов'язкового особистого страхування від нещасних випадків на транспорті, їхня кількість у I кварталі 2011 р. становила 118 458 817 одиниць і зменшилась на 8,9%), при цьому кількість договорів, укладених з фізичними особами, зросла на 7,9%. Разом із цим, на 0,4% збільшились обсяги надходжень валових страхових премій, а обсяг чистих страхових премій зменшився на 12,7% та на 16,7% зменшились валові страхові виплати/відшкодування, а обсяг чистих страхових виплат – на 11,4%. Крім цього, на 23,0% збільшились обсяги вихідного перестраховування, в тому числі обсяги премій, сплачених на внутрішньому ринку, збільшились на 27,4%, а на зовнішньому зросли на 1,4% та на 2,9% зменшився обсяг страхових резервів. Загалом на 4,2% зросли загальні активи, з них активи, визначені законодавством для представлення коштів страхових резервів, – на 3,3%, а загальна кількість страхових компаній становила 444, у тому числі СК "life" (життя) – 70 компаній, СК "non-life" (не життя) – 374 компанії.

Динаміка чисельності страхових компаній України засвідчує, що залежно від чисельності страховиків та її зміни можна виокремити три етапи розбудови страхового туристичного ринку. 1-й етап – до 1995 р. – характеризується виникненням надзвичайно великої кількості страхових підприємств із незначним розміром статутного капіталу (законодавчих вимог до його мінімального розміру та складу не існувало), які в умовах недосконалого страхового законодавства та загальноекономічної кризи переважно орієнтували свою діяльність не на туристичні, а на кон'юнктурні та неризиковані види страхування (накопичувальні та зарплатні схеми). Ухвалення Закону України "Про страхування", суттєве зростання державних вимог щодо діяльності страхових організацій і передусім щодо розмірів статутних фондів та їхньої фінансової надійності зумовило впродовж 2-го етапу – 1996–1999 рр. – певне зменшення учасників страхового туристичного ринку. Порівняно з 1995 р. кількість страхових компаній у 1999 р. зменшилась майже втричі. 3-й етап розбудови страхового ринку розпочався у 2000 р. Він характеризується постійним збільшенням чисельності страхових компаній (у 2010 р. порівняно з 2001 р. їхня чисельність збільшилась майже на 160 одиниць або на 36%), закриттям або продажем окремих страховиків новим власникам, розвитком нових послуг, які почали активно пропонуватись туристам [37].

Збільшення кількості страховиків в туризмі має бути об'єктивно зумовлене вимогами ринку і підтримане їхньою високою фінансовою надійністю та значним запасом платоспроможності. Показники діяльності страховиків свідчать про динамічність ринку страхових послуг у туристичній сфері України. Упродовж 2009–2010 рр. обсяги валових страхових платежів щорічно збільшувались удвічі. Щоправда, за попередніми результатами першого кварталу 2011 р., обсяг валових страхових премій з усіх видів страхування відносно 2010 р. частково зменшився. Незважаючи на збільшення загальної чисельності страховиків, кількість активно працюючих компаній залишається практично незмінною. За оцінками експертів ринку та даними Ліги страхових організацій, – не більше 50 страхових компаній. Кількість стра-

хових компаній (СК) за станом на 31.03.2011 р. становила 444, з яких 70 – СК зі страхування життя (СК “Life”) та 374 – СК, що здійснювали інші види страхування, ніж страхування життя (СК “non-Life”). За станом на 31.01.2011 р. кількість страхових компаній зменшилась на 33 СК порівняно з кількістю СК за станом на 31.03.2010 р.

Таблиця 1

Кількість страхових компаній за станом на 31.03.2010 р. та 31.03.2011 р.

Кількість страхових компаній	на кінець кварталу	
	I кв. 2009 р.	I кв. 2010 р.
Загальна кількість	477	444
в т.ч. СК “non-Life”	402	374
в т.ч. СК “Life”	75	70
Виключено з Держреєстру протягом періоду	1	8
в т.ч. СК “non-Life”	1	6
в т.ч. СК “Life”	0	2
Включено до Держреєстру протягом періоду	9	2
в т.ч. СК “non-Life”	6	2
в т.ч. СК “Life”	3	0

Джерело: складено автором за: http://tristar.com.ua/files/sk_1kv_2010.pdf.

За станом на 01.01.2011 р. першим 50-ти страховим компаніям належало 87% активів, 88% зібраних страхових премій, 78% статутного капіталу. Частка валових премій зі страхування життя, що належить першим трьом страховикам, становить 50,1% (у січні-вересні 2009 р. цей показник становив 56,9%). Першим десяти страховикам життя належить 91,1% від зібраних премій. Загалом на ринку страхування життя індекс Герфіндаля–Гіршмана (ННІ) становив 1 199,8 (1 383,2 за аналогічний період 2009 р.), що означає помірну монополізацію ринку, зокрема в туристичній сфері, де сума страхових виплат хаотично змінюється в різні сторони (табл. 2). Частка валових премій із ризикових видів страхування, що належить першим трьом страховикам, становить 13,3% (у січні-вересні 2010 р. цей показник дорівнював 27,1%). Першим 50-ти страховикам належить 78,0% від зібраних премій. Загалом на ринку ризикових видів страхування спостерігається значний рівень конкуренції – індекс ННІ досяг 184,7 (410,8 – за аналогічний період 2009 р.). Тобто 10% компаній контролюють третину ринку, а перші п'ять – його шосту частину. Причиною такої надмірної концентрації є той факт, що у складі платежів більшості компаній першої десятки переважають надходження від операцій із пе-рестраховання. Тобто вони за суттю є перестраховиками, ретроцесорами ризиків, які збирають на ринку 300–350 інших страхових компаній [1].

Таблиця 2

Статистика страхових виплат туристам в Україні

Рік	Сума страхових виплат (грн.)	Кількість оплачених страхових випадків
2010 р.	1 164 973,19	600
2009 р.	1 636 106,65	550
2008 р.	7 609 117,00	273
2007 р.	1 844 200,00	158

Джерело: складено автором за: <http://www.fortis.ua/>.

Розвиток і розширення спектра туристичних послуг спричиняє зростання попиту споживачів таких послуг і сприяє продовженню існування тенденції до збільшення

кількості установ, що мають визначене законодавством право їх надавати. Так, ВВП загалом за 2010 р. зріс на 4,2%. За четвертий квартал 2010 р. ВВП зріс порівняно з четвертим кварталом 2009 р. на 3%. Порівняно з третім кварталом 2010 р. зростання ВВП у четвертому кварталі становило 1%. Номінальний валовий внутрішній продукт України в 2009 р. скоротився порівняно з 2008 р. у постійних цінах 2007 р. на 15,1%. Номінальний ВВП за 2009 р. становив 914 млрд. 720 млн. грн. При цьому в 2010 р., а уряд України допускав зростання ВВП в 2010 р. на рівні від 3 до 6%. За першу половину 2010 р. сукупний державний прямий і гарантований борг України збільшився на 0,7%, або на 257 млн. дол. США – до нового рекордно високого рівня 37,944 млрд. дол. Зростання ВВП у першому кварталі 2010 р. становило 5%, за березень 2010 р. – 6,8%, за даними Держкомстату України [2]. Номінальні доходи населення в Україні у III кварталі 2010 р. порівняно з III кварталом 2009 р. збільшилися на 19%. Наявний дохід, який може бути використаний населенням на придбання товарів та послуг, зріс на 18,8%, а реальний наявний дохід, визначений з урахуванням цінового фактора, – на 9,9%. Наявні доходи у розрахунку на одну особу у III кварталі 2010 р. становили 4414,2 грн. Витрати населення на придбання товарів та послуг у III кварталі 2010 р. порівняно з III кварталом 2009 р. збільшилися на 16,1% і становили 4789 млн. грн. Приріст заощаджень становив 1123 млн. грн. Така позитивна тенденція в останні місяці 2010 р. була вагомим чинником для розвитку туристичних послуг у країні.

Страховий ринок нині є найбільш розвиненим сектором ринку туристичних послуг України, який акумулює майже 25% від загального обсягу активів цього сектора. На сучасному етапі стан страхового ринку України характеризується номінальним зростанням показників діяльності, але більш глибокий аналіз свідчить про недостатньо вагому роль страхування у функціонуванні туристичної системи, нерозвиненість механізму перерозподілу ВВП через страхові компанії. На фоні розвитку світового страхового ринку ринок страхування в Україні має незначну питому вагу покриття ризиків. За даними Ліги страхових організацій Європи, на нього припадає лише 0,05% від загального обсягу страхових послуг, які надаються на нашому континенті. Загалом рівень розвитку вітчизняного страхового ринку охоплює не більше 10% ризиків, що є в Україні, водночас у розвинених державах цей показник досягає 90–95%. В Україні не існує окремого виду ліцензій на здійснення страхування туристів. Страхові компанії отримують ліцензії на основі розроблених правил страхування медичних витрат та нещасного випадку. Кожна страхова компанія, яка отримує ліцензію згідно з чинним законодавством, подає до органів нагляду за страховою діяльністю правила страхування, які розроблені в рамках одного або кількох різновидів страхування [3]:

- Правила страхування відповідальності за оплату наданих медичних та інших послуг під час поїздки за кордон (страхування відповідальності);
- Правила страхування від нещасних випадків (особисте страхування);
- Правила страхування багажу пасажирів повітряного транспорту (майнове страхування) тощо.

Страхова компанія в рамках ліцензії “Страхування вантажів і багажу” може розробляти правила як страхування різноманітних вантажів, так і багажу пасажирів усіх видів транспорту. Планується привести класифікацію страхування в Україні у відповідність до законодавства країн ЄС. Так, у проекті Закону України “Про страхування” (ст. 5) передбачено введення страхування надання допомоги (асистанс) особам, які зіткнулися з труднощами під час подорожей або поза місцем проживання. Особлива ситуація склалася при страхуванні анулювання подорожі або її переривання і при страхуванні цивільної відповідальності туристів. Тут відсутній єдиний підхід щодо ліцензування. Разом з тим, у 2010 р. українці стали частіше виїжджати за кордон, а

значить динамічними темпами має зростати туристичне страхування, без якого перетинати кордон не належить. Кількість виданих туристам полісів зросла у півтора-два рази порівняно з 2009 р. Проте наявність поліса не завжди гарантує безоплатне лікування за кордоном. Українські туристи дедалі частіше зустрічаються з випадками шахрайства з боку готельного персоналу та місцевих лікарів, а страховики скаржаться на несумлінних туристів [4].

II. Аналіз регіонального туристичного ринку страхування

Страхові компанії почали поширювати свої регіональні мережі ще п'ять-шість років тому. Спочатку ними керувало бажання бути ближче до своїх регіональних клієнтів – великих підприємств – і наслідувати столичних страхувальників, що відкривають представництва по всій країні. Трохи пізніше регіональні акценти частково змістилися на користь страхування туристів. Важливою вимогою регулювання пропозиції на туристичному страховому ринку стала наявність у компанії представництв у всіх областях країни. У погоні за потенційними "туристичними" мільйонами страхові компанії сумлінно почали відкривати власні філії та представництва. Проте більшість із них обмежилась відкриттям номінальних офісів, які фактично не діють. За даними Держкомісії з регулювання ринків фінансових послуг, до середини поточного року в кожному регіоні в середньому були присутні біля 60 страхових компаній. Однак, незважаючи на таку кількість страховиків, реально в регіонах активно працюють п'ять, максимум десять компаній, тобто близько 10–15% страхових компаній. У наступному році регіональна політика туристичних страховиків може бути більш агресивною. Практично всі провідні страхові компанії зараз зайняті реалізацією стратегії завоювання туристичного ринку. А це припускає активну побудову регіональних мереж продажів (агентські мережі, партнерські, офісні продажі тощо). Серед основних факторів, що стимулюють розвиток ринку страхування туристів, – низький рівень проникнення страхування на цей ринок і постійне зростання доходів населення та розвиток туристичної інфраструктури. У деяких страхових компаній мережеві продажі вже починають відігравати домінуючу роль. Надходження від регіональних підрозділів за 10 місяців 2010 р. становили близько 64% від загальних платежів, зібраних компаніями з ризикового страхування. 21% від цих надходжень – прямі продажі, а 79% – продажі через страхових посередників: агентів (у середньому страхова мережа в Україні нараховує 1 тис. агентів), альтернативних партнерів (автосалони, турагентства тощо) [5].

Проте конкуренція буде зростати не тільки на ритейловому ринку. Паралельно загостриться боротьба й за корпоративних клієнтів. Причиною цього є компаніи-новачки, які тільки починають будувати мережі й спочатку роблять ставку на заможних туристів та зовнішні туристичні потоки. Зараз туристичні компанії розвивають бізнес за двома основними напрямках. Це прямі продажі юридичним особам і через партнерів (туристичні агенції, банки, автосалони). Саме на ці канали продажів робиться наголос при формуванні філіальної мережі. Відповідно, страховики виходять на регіональні страхові ринки з тими лінійками страхових продуктів, які затребувані зараз (переважно це туристичне страхування, автострахування та майнове страхування) або будуть затребувані за цими трьома напрямками. Розширювати географію присутності страховикам доводиться через вимоги нових акціонерів. Іноземці, які прийшли на ринок, прагнуть вивести куплені (або створені) страхові компанії у лідери національного масштабу. Наприклад, при ухваленні рішення про покупку "Гарант-Авто" австрійським підрозділом італійської "Дженералі" (Generali), першорядне значення мала розвинена філіально-регіональна мережа страховика в різних напрямках і в туристичному зокрема. Більшість гравців страхового туристичного ринку вже присутні у всіх містах з населенням більше 300 тис.

чоловік. Наступного року компанії почнуть працювати в містах з населенням від 20 тис. осіб і більше. В 2011 році компанії в Україні планують збільшити до 20% своїх представництв. Тобто туристичні страховики йдуть на ринки, де дотепер була присутня лише одна страхова компанія – “Оранта”. В 2011–2012 рр. не менш стрімко будуть йти в регіони страхові компанії, які нещодавно змінили акціонерів. Так, Росдержстрах, що купив на початку 2007 р. “Капіталь-страхування” (перейменованій у СК “Провідна”), має намір докласти максимум зусиль (і вкласти чимало грошей), щоб реорганізувати компанію за прикладом російського мережевого гіганта та покрити регіональний ринок туристичного страхування. Так, нещодавно акціонери страховика вирішили влити в компанію 101 млн. грн. Більша частина цих коштів буде витрачена на розвиток мережі й ритейлових продажів страхового продукту туристам. До кінця 2011 р., крім працюючих двадцяти п’яти філій, відкриються ще десять регіональних центрів, і компанія буде представлена у всіх обласних центрах України та великих містах. У ці самі строки там будуть відкриті центри продажів й обслуговування клієнтів (туристів). А в 2012 р. більшість компаній планує охопити всі районні центри України [6].

За станом на 31.03.2010 р. згідно з табл. 3 кількість філій, дирекцій, відділень та представництв, зокрема тих, які займались страхуванням туристів, помітно зменшилась порівняно з аналогічною датою 2009 р. Разом з тим, обсяги надходжень страхових платежів збільшились на 10,7% (до 977,8 млн. грн.), тоді як обсяги страхових виплат та відшкодувань, навпаки, зменшились на 54,0% (до 397,4 млн. грн.). Ті СК, які ще не встигли придбати іноземних акціонерів, розширюють обсяги в розрахунок підвищити власну ціну в перспективі. Крім того, стежачи за активністю конкурентів, найбільші компанії просто зобов’язані подбати про мережі, щоб зберегти лідируючі позиції в туристичному страхуванні. У наступному році компанії планують активно йти в регіони й досягти балансу між надходженнями із центру й регіонів у співвідношенні 50:50. Це стратегічна мета до 2012 р. За цей строк будуть відкриті філії й центри обслуговування клієнтів у всіх обласних центрах і великих містах. Можна прогнозувати, що в найближчі рік-два страховики стануть дуже агресивно завойовувати провінції. За заявою компаній, на регіональних ринках будуть представлені практично всі продукти, зокрема туристичне страхування, які продаються в роздріб у столиці та інших великих містах. Але найбільше надій вони, звичайно, покладають на динамічне зростання туристичної галузі і розвиток обов’язкового страхування туристів та подорожуючих. В цьому разі вирішальну роль має відіграти збільшення продажів туристичних турів (у наступному році приріст прогнозується на рівні 50%). Власникам туристичної нерухомості буде також наданий повний спектр програм майнового страхування – від дешевих експрес-продуктів до ексклюзивних покриттів для елітної нерухомості. Однак страховики впевнені, що спочатку попитом будуть користуватися здебільшого дешеві продукти.

Про стан та об’єктивні перспективи розвитку страхового туристичного ринку в регіонах і наближення його до світових стандартів свідчить розвиненість мережі страхових посередників – агентів і брокерів, законодавче забезпечення функціонування посередницької мережі. Страхувальник бере участь у відносинах на страховому ринку в економічній формі свого професійного представника. Страхові посередники на туристичному ринку перетворюють потенційного туриста в страхувальника. Ігнорування цієї об’єктивної умови страхових відносин є однією з причин довготривалої стагнації ринку реального страхування в Україні. Сьогодні взаємовідносини між страховиками і посередниками в регіонах прямо протилежні тим, що склалися на світових ринках. Основною причиною є те, що для відносно невеликого страхового ринку України на ньому діє велика кількість страхових компаній, які працюють зі страхувальниками без посередників. Ураховуючи низьку капіталізацію

страхового вітчизняного ринку, невеликі страховики не залишають ризик на своєму утриманні, передаючи його в перестраховання, та існують завдяки різниці страхового і перестрахового тарифів, тобто фактично виконують брокерські функції [7].

Таблиця 3

Основні показники діяльності структурних підрозділів страховиків
у розрізі областей за станом на 31.03.2009 р. та 31.03.2010 р.

№ з/п	Місцезнаходження	Кількість філій по областях	Кількість дирекцій по областях	Кількість відділень по областях	Кількість представництв по областях	Страхові платежі (премії, внески), млн. грн.	Страхові виплати та страхові відшкодування, млн. грн.
1.	Вінницька область	47	5	31	6	18,5	7,3
2.	Волинська область	45	5	22	5	14,7	4,8
3.	Дніпропетровська область	100	13	39	11	63,1	21,2
4.	Донецька область	91	13	50	10	66,9	24,7
5.	Житомирська область	39	5	24	3	11,1	3,9
6.	Закарпатська область	39	4	21	4	15,7	4,1
7.	Запорізька область	70	12	28	9	44,0	16,5
8.	Івано-Франківська область	44	5	21	6	14,1	3,7
9.	Київська область	48	3	33	2	22,9	10,3
10.	Кіровоградська область	36	5	21	4	9,9	2,5
11.	м. Київ	87	14	36	9	376,3	187,6
12.	Луганська область	89	6	31	10	32,1	10,3
13.	Львівська область	93	9	42	8	44,6	16,1
14.	Миколаївська область	41	5	23	4	15,7	4,4
15.	Одеська область	69	10	41	8	43,9	12,9
16.	Полтавська область	52	7	34	7	17,3	6,6
17.	Рівненська область	40	5	22	3	14,5	3,3
18.	Сумська область	41	4	23	3	9,1	2,8
19.	Тернопільська область	38	5	23	4	9,8	2,0
20.	Харківська область	63	7	39	10	35,3	13,5
21.	Херсонська область	43	5	25	4	10,8	4,2
22.	Хмельницька область	44	5	29	5	11,7	4,6
23.	Черкаська область	44	6	26	5	13,2	6,1
24.	Чернівецька область	29	3	12	3	8,2	1,7
25.	Чернігівська область	57	5	28	4	13,3	4,2
26.	Автономна Республіка Крим	64	14	24	8	29,3	12,4
	в т.ч. м. Севастополь	15	6	5	1	11,8	5,8
Всього за станом на 31.03.2010 р.		1 468	186	753	156	977,8	397,4
<i>Для порівняння дані за станом на 31.03.2009р.:</i>							
Всього за станом на 31.03.2009 р.		1 644	193	841	202	883,0	864,7
<i>Відхилення (31.03.2010 – 31.03.2009)</i>		-176	-7	-88	-46	+94,8	-467,3

Джерело: складено автором за: http://tristar.com.ua/files/sk_1kv_2010.pdf.

Недостатність андеррайтингового досвіду та власного капіталу зумовила сильну залежність українського регіонального страхового ринку від перестраховальних операцій, причому ця залежність досягла катастрофічного (якщо не кримінального) рівня. У 2008 р. частка страхових платежів, сплачена перестраховикам, досягла 16553 млн. грн., що становить 89,94% від загального збору страхових платежів. За нашими оцінками, структура регіонального страхового ринку приблизно така: українські страхові компанії утримують 5–10% від загального обсягу зібраної страхової премії, ще 10–15% сплачується українським перестраховикам, залишок (тобто до 80–90% страхової премії) перераховується закордонним перестраховикам. Як правило, це пояснюється фінансовою нерозвиненістю регіонального страхового ринку в туризмі, особливо порівняно з фінансовою спроможністю закордонних операторів ринку. Важливим фактором, що сприяв розвитку страхового ринку регіонів України в 2010 р., стало обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності подорожуючих власників наземних транспортних засобів, зокрема з інших країн. Незважаючи на відсутність дійового механізму контролю наявності страхових полісів, цей вид страхування стрімко розвивається. Введення в дію механізму захисту майнових прав потерпілих унаслідок ДТП коштом страховиків сприятиме не лише розв'язанню вказаної соціальної проблеми, а й підвищенню страхової культури туристів і зростанню регіональних ринків класичного страхування (додатково близько 1,5 млрд. грн. на рік). Наприкінці 2010 р. Держфінпослуг України видав 84 ліцензії на провадження цього виду страхування компаніям з різних 12 регіонів країни.

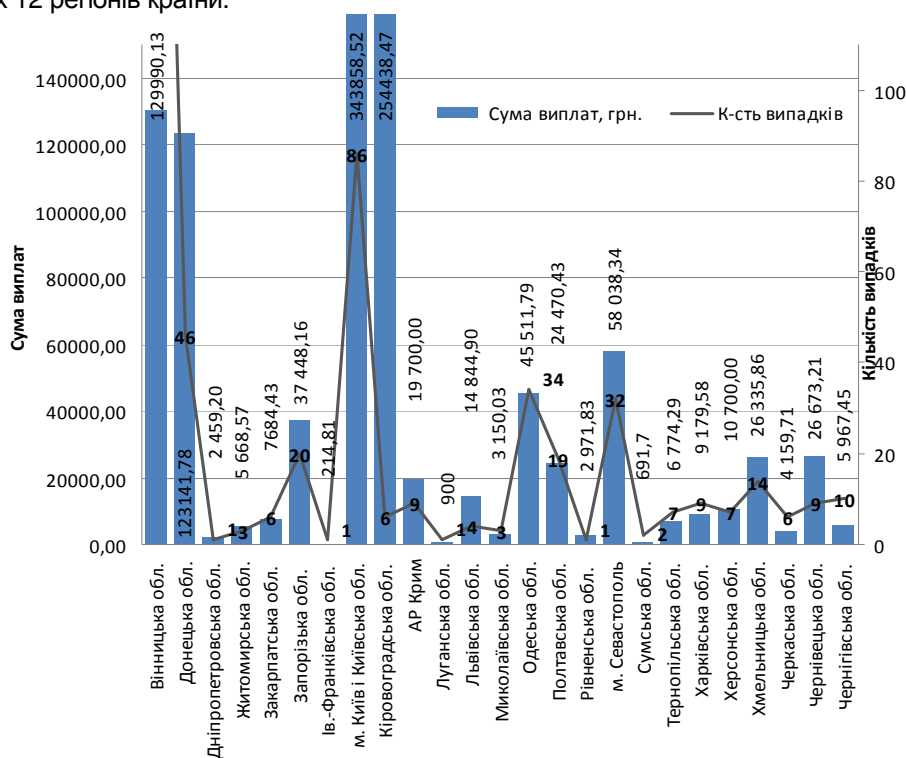


Рис. 1. Страхові виплати в Україні, регіони, 2010 р.

Джерело: складено автором за: <http://www.fortis.ua/>.

За результатами діяльності страхового ринку, за 2010 р. збільшилась питома вага соціально значущих видів туристичного страхування в 1,7 разу, що свідчить про поступове відновлення довіри до страхових організацій. Позитивні зрушення на ринку відображає і рівень валових виплат. Відбулись зміни у тенденції цього показника – у 2010 р. рівень виплат почав збільшуватись та досяг 16,5%, тоді як за п'ять попередніх років валові виплати на ринку зменшувались від 7% у 2006 р. до 9,9% за результатами 2009 р. У 2010 р. найбільша сума виплат припала на м. Київ та Київську область (343858,52 грн.), а також Кіровоградську (254438,47 грн.) та Вінницьку (129990,13 грн.) області (рис. 1). Найменша сума виплат – у Луганській (900 грн.), Сумській (691,7) Дніпропетровській (2459,20 грн.) та Івано-Франківській (214,81 грн.) областях.

На ринку туристичного страхування в регіонах виявились такі тенденції:

- розвиток “класичного” майнового страхування, що зумовлено реальними потребами туристів у захисті своїх майнових інтересів від наслідків непередбачуваних обставин;
- розвиток особистих видів страхування внаслідок зростання платоспроможності туристів, відновлення довіри до фінансових інституцій та усвідомлення більшою частиною туристів необхідності захисту свого життя і здоров'я від наслідків непередбачуваних обставин;
- зменшення обсягів “схемних” операцій на страховому ринку України внаслідок продовження роботи щодо унеможливлення ухилення від оподаткування та виведення коштів за кордон підприємствами реального сектору економіки з використанням фіктивних страхових операцій;
- розвиток обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності подорожуючих наземними транспортними засобами туристів.

Перед тим, як розглянути результати рейтингової оцінки страхового підприємництва регіонів України, необхідно зазначити наступне. Підхід до визначення страхового підприємництва регіону є неоднозначним. Тому для більш повного врахування різноманітних підходів ми дійшли висновку, що необхідно було б провести рейтингову оцінку страхового підприємництва регіонів України за двома різноманітними підходами. Як зазначено вище, оцінка за першим підходом враховує юридичне заснування (юридичну адресу), тобто реєстрацію страховика в певному регіоні. При такому підході сума зібраних страховиками премій (здійснених виплат) у регіональному розрізі дає нам в сумі загальний розмір страхового ринку України. Другий підхід базується на тому, що страхові компанії присутні в кожному, без винятку, регіоні України через наявність в останніх своїх структурних підрозділів. Тому загальна сума зібраних премій (здійснених виплат) структурними підрозділами всіх регіонів України не збігатиметься із загальним показником страхового ринку України. І це не дивно, адже в останньому відображаються лише фактична діяльність структурних підрозділів (філій) страховиків [8].

Варто зазначити, що юридичне заснування страховика у регіоні не може свідчити про проведення такого роду діяльності у відповідному регіоні. Адже зареєстрований у відповідному регіоні страховик отримує премії зі всієї території країни (де він має свої структурні підрозділи), при чому найменша їхня частина може надходити саме з того регіону, в якому він є зареєстрованим. Іншим цікавим моментом, який слід відмітити, є той, що у 2008 р. при зборі більш ніж 22 млрд. грн. страхових премій в Україні лише 5 млрд. грн. премій надійшли від балансових структурних підрозділів страховиків. Це не означає, що 17 млрд. грн. премій зібрано центральними офісами страховика у регіоні юридичного місцезнаходження. Навпаки, найбільш ймовірно, що великий відсоток цих 17 млрд. грн. премій зібрано

безбалансовими структурними підрозділами страховиків з різноманітних регіонів України. Якби Держфінпослуг наполягав на фактичному розмежуванні зібраних премій (здійснених виплат) відповідно до регіону походження (спрямування), то реальна картина регіонального зрізу страхового ринку України виглядала б інакше. І малоімовірно, що лідером даного, більш об'єктивного оцінювання, залишилися б м. Київ та Київська область. Таким чином, на основі дванадцяти критеріїв, описаних вище, нами було здійснено оцінку розвитку регіонів України, акцентуючи увагу саме на юридичному місцезнаходженні страховиків. На основі усієї сукупності розрахованих рангів отримано матрицю результатів рейтингової оцінки регіонів України, яка виглядає таким чином (табл. 4).

Таблиця 4

Рейтинг регіонів за ознакою юридичного місцезнаходження страхових компаній туристичного ринку України за 2008–2010 рр.

№ з/п	Регіон	Кількість компаній	Премії	Виплати	Рівень виплат	Рівень перестраховування	Податок від надзвичайних подій	Премії/компанію	Виплати/компанію	Премія на 1 жителя	Виплати на 1 жителя	Премії/ВРП	Виплати/ВРП	Середній ранг	Рейтинг
1	м. Київ та Київська обл.	1	1	1	5	12	1	6	4	1	1	1	2	3,00	1
2	Рівненська обл.	9	6	2	2	1	8	2	1	5	2	3	1	3,50	2
3	Харківська обл.	3	3	3	6	17	2	4	3	2	3	2	3	4,25	3
4	Донецька обл.	2	2	3	11	13	2	3	4	4	5	5	5	4,92	4
5	Дніпропетровська обл.	2	3	4	12	15	7	5	6	3	4	4	5	5,83	5
6	Вінницька обл.	11	12	10	3	9	10	1	2	7	4	7	4	6,67	6
7	Запорізька обл.	5	5	5	9	16	3	8	9	5	6	6	6	6,92	7
8	Луганська обл.	9	8	7	8	11	4	8	5	10	8	10	8	8,00	8
9	Одеська обл.	4	4	6	17	19	6	10	11	6	7	8	7	8,75	9
10	Полтавська обл.	7	7	8	13	10	9	7	9	8	9	9	10	8,83	10
11	Львівська обл.	8	9	9	4	7	13	11	7	13	10	11	8	9,17	11
12	Миколаївська обл.	10	13	11	7	8	15	13	10	11	11	11	9	10,75	12
13	Івано-Франківська обл.	9	10	13	20	3	5	12	14	9	14	10	13	11,00	13
14	АР Крим	6	11	12	14	14	12	14	12	12	12	11	11	11,75	14
15	Закарпатська обл.	14	15	14	10	5	17	9	8	14	13	12	11	11,83	15
16	Чернігівська обл.	12	15	15	15	6	11	16	15	16	15	13	14	13,58	16
17	Сумська обл.	15	14	16	18	4	14	15	12	15	16	14	12	13,75	17
18	Черкаська обл.	13	16	18	16	2	15	18	16	17	18	16	16	15,08	18
19	Тернопільська обл.	15	18	17	1	20	14	19	13	19	17	17	15	15,42	19
20	Житомирська обл.	15	17	19	19	18	16	17	17	18	19	15	17	17,25	20

Джерело: складено автором за: 10 – дані Держфінпослуг – <http://www.dfp.gov.ua>.

Лідером даного рейтингу є м. Київ та Київська область, середній ранг яких, враховуючи 12 критеріїв, становить 3,00, на другому місці – Рівненська область, на третьому – Харківська. Незважаючи на те, що у Закарпатській області з 2008 р. не присутня жодна страхова компанія, Закарпаття у цьому рейтингу здобула 15 позицію. Навіть доволі розвинута з фінансової точки зору Львівська область знаходиться лише на 11 позиції. Наприклад, її випереджає відносно слаборозвинута Рівненська і навіть Полтавська області. Замикає рейтинг Житомирська область, що є двадцятою. Окрім даного підходу, вважаємо за доречне проаналізувати регіональну структуру страхового підприємництва, акцентуючи увагу на фактичній присутності страховиків у певному регіоні, шляхом здійснення діяльності через свої балансові структурні підрозділи. На основі сукупності різноманітних рангів, за описаними вище критеріями, зроблено узагальнений рейтинг регіонів України згідно з другим методом (табл. 5). Можна помітити, що лідером цього рейтингу є м. Київ, оскільки з 12 критеріальних показників, за якими порівнювалися регіони, м. Київ у половині з них (а це 6 показників) отримало перше місце. Причому слід відмітити, що відставання між першим і другим місцями – Львівської області – є доволі великим. При порівнянні значення середнього загального рангу двох регіонів є очевидним, що середній загальний ранг м. Києва випереджає аналогічний показник Львівської області майже в 2 рази (3,8 та 6,6), причому відставання Запорізької області від Львівської становить лише 0,4 (6,6 та 7 відповідно). Це в черговий раз вказує на відставання регіонів від столиці у сфері страхових процесів в туристичній галузі [9]. Здійснивши рейтингову оцінку за різними методами, можна констатувати, що якість єдиного, універсального набору критеріїв для оцінки розвитку страхового туристичного підприємництва в регіонах України на сьогодні не існує. Отримані результати дали приблизну оцінку сучасному стану страхового туристичного ринку регіонів. Подальші дослідження в цьому напрямку мають привести до відбору найбільш важливих критеріїв оцінки розвитку страхового підприємництва регіонів у туристичній сфері.

III. Проблеми функціонування страхового ринку в туристичному середовищі

Сучасний стан страхового туристичного ринку характеризується наявністю багатьох негативних тенденцій і суттєвих диспропорцій у розвитку, що також потребують підвищеної уваги з боку державних органів нагляду за страховою діяльністю і врахування в процесі управління розвитком кожного суб'єкта страхового підприємства:

- фіктивність значної частки страхових операцій;
- низький рівень покриття ризиків туристів;
- більша частина активів фінансується власними коштами, а не із залучених джерел;
- недосконалість захисту прав туристів-споживачів страхових послуг;
- низький рівень проникнення страхування на туристичний ринок (страхові платежі за вирахуванням страхових платежів, переданих на перестраховання українським страховикам, щодо ВВП) і вузька клієнтська база страховиків, а також зосередження страхового ринку переважно на зовнішньому страхуванні туристів;
- відсутність механізму поєднання та доповнення довгострокового страхування життя, недержавного пенсійного забезпечення обов'язкового медичного страхування та страхування туристів;
- недостатність надійних фінансових інструментів для інвестування;

Таблиця 5

Рейтинг регіонів, який враховує присутність страхових підприємств на туристичному ринку України за 2008–2010 рр.

Рейтинг	Місце- знаходження / Ранги за певни- ми критеріями	Кількість структурних підроз- ділів	Кількість страхових компаній у регіоні	Страхові платежі	Страхові виплати т а страхові відшкодування	Рівень виплат	Індекс Герфіндаля	Платежі/ВРП	Виплати/ВРП	Премії/ населення	Виплати/населення	Кількість підрозділів по обл. на 100 тис. насел.	Страхові премії / структурний підрозділ (тис.грн.)	Середній загальний ранг
1	м. Київ	3	2	1	1	3	12	1	1	1	1	17	3	3,8
2	Львівська обл.	4	8	5	5	4	1	7	5	8	6	19	7	6,6
3	Запорізька обл.	7	6	7	6	5	19	10	6	2	2	9	5	7
4	Дніпропетровсь- ка обл.	1	4	3	3	9	2	18	16	4	4	21	2	7,3
5	Одеська обл.	9	5	4	4	11	4	8	8	3	5	23	4	7,3
6	АР Крим	6	3	8	10	22	2	6	11	7	12	12	6	8,8
7	Донецька обл.	2	1	2	2	12	6	21	21	5	8	25	1	8,8
8	Закарпатська обл.	22	12	12	11	7	8	2	2	6	7	14	9	9,3
9	Миколаївська обл.	24	10	11	12	5	9	11	7	9	7	18	8	11
10	Херсонська обл.	20	12	18	13	2	15	3	3	13	9	7	17	11
11	Волинська обл.	15	12	16	19	16	10	5	10	11	14	2	15	12
12	Луганська обл.	10	9	9	8	11	3	20	20	12	13	22	11	12
13	Харківська обл.	5	7	6	7	12	5	24	23	12	15	24	13	13
14	м. Севастополь	27	19	25	24	3	14	9	4	6	3	10	10	13
15	Хмельницька обл.	14	13	17	16	9	4	14	12	17	16	8	21	13
16	Черкаська обл.	12	15	14	14	6	18	22	15	18	14	3	22	14
17	Київська обл.	16	20	10	9	1	21	25	13	15	10	20	14	15
18	Івано- Франківська обл.	17	14	15	18	10	7	17	14	19	19	11	15	15
19	Полтавська обл.	8	11	12	15	20	11	26	25	10	17	6	16	15
20	Кіровоградська обл.	26	18	19	17	8	16	13	9	14	11	16	11	15
21	Вінницька обл.	13	12	13	16	13	13	19	17	20	22	15	12	15
21	Тернопільська обл.	21	16	21	21	17	17	4	10	15	18	5	20	15
22	Рівненська обл.	18	13	20	21	19	13	13	19	16	20	4	19	16
23	Чернігівська обл.	11	15	22	22	18	20	15	22	17	21	1	24	17
24	Житомирська обл.	19	16	19	20	14	18	16	18	21	24	13	15	18
25	Чернівецька обл.	25	17	24	25	15	14	12	15	22	23	10	23	19
26	Сумська обл.	23	13	23	23	21	5	23	24	23	25	12	18	19

Джерело: складено автором за: [10] – дані Держфінпослуг – <http://www.dfp.gov.ua>.

- надмірна кількість страхових компаній і недостатній рівень капіталізації страховиків, а також слабкий розвиток національного перестрахового та туристичного ринків;
 - використання страхового ринку суб'єктами туристичного господарювання для оптимізації оподаткування та виведення капіталу за кордон;
 - недостатній рівень кадрового та наукового забезпечення страхового ринку туристів;
 - низький рівень страхової культури вітчизняних туристів;
 - необхідність скасування деяких видів обов'язкового страхування внаслідок їхньої економічної недоцільності та невиправданості, кошти від яких можна перенаправити на розвиток туристичного страхування. Сьогодні здійснюється обов'язкове державне страхування певних категорій працівників (міліції, посадових осіб спеціальних підрозділів спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади з питань екології та природних ресурсів, працівників прокуратури, військовослужбовців та військовозобов'язаних, призваних на збори, суддів, народних депутатів та інших категорій – усього 13);
 - переведення оподаткування страхової діяльності податком на прибуток на загальних засадах. Відсутність податку на прибуток у страховому секторі призводить до податкового арбітражу – переведення доходів із секторів із вищим податковим тиском у сектор страхування, де він значно нижчий. Відповідно зменшується сума податкових надходжень до бюджету з реального сектору економіки, спотворюється структура страхування в Україні;
 - недостатньо здійснюється реалізація норми ст. 22 Закону України “Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг” щодо співпраці та координації діяльності між органами, що здійснюють державне регулювання ринків фінансових послуг;
 - необхідність урегулювання питань, пов'язаних із введенням обов'язкового рейтингування. Через обмежену кількість установ, які пройшли процедуру рейтингування в уповноваженому рейтинговому агентстві (одному в Україні) та отримали кредитний рейтинг інвестиційного рівня, утворюється монополізація ринку, що призводить до заниження ставок за банківськими депозитами;
 - надання Держфінпослуг додаткових повноважень у сфері регулювання бухгалтерського обліку та фінансової звітності підзвітних фінансових установ.
- Головні проблеми, які стосуються галузі страхування, зокрема страхування туристів, – це:
- відсутність кодексу про страхову діяльність;
 - велика кількість вимог та бар'єрів, що обмежують конкуренцію на страховому туристичному ринку;
 - низький рівень капіталізації страхових і туристичних вітчизняних підприємств;
 - недостатній розвиток брокерських послуг на даному ринку;
 - низька довіра туристів до страхових компаній;
 - проблеми в українській економіці, які впливають на страхову галузь туристів.

IV. Напрями розвитку страхової діяльності в туристичній галузі

На сьогодні ґрунтовно формуванням ефективної стратегії розвитку національного страхового туристичного ринку фактично займається лише Ліга страхових організацій. Державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг (ДКРРФП) чи інші державні органи не відіграють активної ролі в побудові дієвого ринку. Інколи навіть навпаки, позиція регулятора щодо напрямів розвитку страхування є часто протилежною думці учасників ринку. Враховуючи загальнодержавну значимість

розвитку страхової галузі в туризмі, потрібно, на нашу думку, розробити, затвердити та реалізувати стратегію середньо- та довгострокового розвитку страхового туристичного ринку в Україні на 2012–2015 рр. При цьому з метою забезпечення сталої динаміки розвитку на сьогодні Ліга страхових організацій України працює над четвертою програмою розвитку страхового ринку з новою концепцією з урахуванням усіх змін, що відбулися в нашій країні і світі. Вважаємо, що запропоновані основні напрями стратегії розвитку страхового туристичного ринку в Україні до 2015 р. будуть актуальними нині і їх зможуть використати при розробці четвертої програми. Метою напрацювання основних напрямків є зміцнення правового туристично-страхового середовища і на основі цього здійснення ефективної системи страхового захисту майнових та особистісних інтересів туристів. Відповідно до цього, необхідно забезпечити такі послідовні кроки:

- удосконалення законодавчої і нормативної бази туристичного страхування і приведення її у відповідність до міжнародних норм;
- підвищення ефективності державного регулювання страхової діяльності туристів;
- зміцнення надійності і фінансової стійкості системи страхування;
- впровадження міжнародної системи обліку та звітності про страхову діяльність, формування банку достовірної офіційної інформації та забезпечення її доступності;
- формування світогляду суб'єктів господарювання щодо необхідності страхового захисту та підвищення страхової культури туристів;
- належна фахова підготовка кадрів для страхового туристичного ринку та упровадження в програми навчання у вищих і середніх навчальних закладах;
- розширення ефективних інтеграційних процесів між страховими компаніями України та зовнішніми страховими ринками;
- реальна компенсація збитків подорожуючим, спричинених стихійними лихами природи, катастрофами та техногенними аваріями.

Головним завданням стратегії розвитку страхового туристичного ринку має стати формування вітчизняної системи страхування, здатної виконувати такі соціально-економічні функції: по-перше, захист від потенційних ризиків, який необхідний для ефективного функціонування ринкової економіки, що є фактором її стабільності і стимулом для розширення туристичної підприємницької діяльності; по-друге, акумуляція довгострокових інвестиційних ресурсів для регіонально-рекреаційного розвитку економіки.

Висновки

В Україні відбувається жорстка конкуренція за прибутки від туристичного страхування, яка вимагає від індустрії страхування туризму підвищення якості послуг, що передбачені страховим полісом. Витрати туристів на всі види подорожей і насамперед витрати на транспорт збільшуються швидше, ніж інші статті сімейного бюджету. Подорожі стають більш частими, але менш тривалими, оскільки витрати на одну поїздку знижуються. Спостерігається залежність рівня розвитку туристичного страхування від ступеня розвитку національної економіки. Виявляється залежність між особливостями функціонування страхових туристичних ринків географічно-сейсмічною особливістю регіону та обсягом здійснених страхових виплат туристам. Місткі страхові програми європейського рівня витісняють в Україні домінуючі сьогодні економ-пропозиції, але якщо вимоги до страховок будуть відповідати європейському рівню, то вартість страховки зросте в кілька разів. Єдиного, універсального набору критеріїв для оцінки розвитку страхового туристичного підприємництва в регіонах України на сьогодні не існує. Важливою вимогою регулювання про-

позиції на туристичному страховому ринку стала наявність у компанії представництв у всіх областях України. Найбільші страхові компанії України зобов'язані подбати про мережі, щоб зберегти лідируючі позиції в туристичному страхуванні. Юридичне заснування страховика у регіоні не може говорити про проведення такого роду діяльності у відповідному регіоні. У деяких страхових компаній мережеві продажі вже починають відігравати домінуючу роль.

Незважаючи на розвиток страхування в туризмі, сектор продовжує зазнавати проблем, що обмежують його зростання і перешкоджають галузі в досягненні її потенціалу. Одна з проблем – відсутність законодавчого забезпечення послідовної, зрозумілої структури для сектору страхування туристів в Україні. Існують надмірна кількість страхових компаній і недостатній рівень капіталізації страховиків, а також слабкий розвиток національного перестрахового та туристичного ринків. Негативно виявляється недостатній рівень кадрового та наукового забезпечення страхового ринку туристів. Стратегічним напрямом розвитку страхової діяльності в туристичній галузі має стати удосконалення законодавчої і нормативної бази туристичного страхування і приведення її у відповідність до міжнародних норм та підвищення ефективності державного регулювання страхової діяльності туристів. Необхідним є формування світогляду суб'єктів господарювання щодо потреби страхового захисту та підвищення страхової культури туристів і належна фахова підготовка кадрів для страхового туристичного ринку та упровадження в програми навчання у вищих і середніх навчальних закладах. Доцільним є розширення ефективних інтеграційних процесів між страховими компаніями України та зовнішніми страховими ринками і забезпечення реальної компенсації збитків подорожуючим, спричинених стихійними лихами природи, катастрофами та техногенними аваріями.

Література

1. *Tourism insurance / OAMPS Insurance Brokers Ltd [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.oamps.com.au/>.*
2. *Non-Life Insurance Mathematics: An Introduction with the Poisson Process / T. Mikosch. – Springer, 2009. – 432 p.*
3. *Гуменюк В. Страхування діяльності туристичних підприємств / В. Гуменюк // Фінанси України. – 2004. – № 4. – С. 128–136.*
4. *Желтосов В. Специфика страхования в сфере туризма / В. Желтосов // Страховое ревью. – 2006. – №4. – С. 3–12.*
5. *Охріменко О. Формування організаційно-економічного простору страхових послуг у сфері туризму / О. Охріменко // Економічний часопис XXI. – 2008. – № 7–8. – С. 22 – 26.*
6. *Павлюк О. Проблеми туристичного страхування в Україні є, і страховики знають, як їх вирішувати / О. Павлюк // Страхова справа. – 2004. – № 4(16). – С. 22–25.*
7. *Climate change and tourism: responding to global challenges / World Tourism Organization, United Nations Environment Programme. – UNEP/Earthprint, 2008. – 256 с.*
8. *Health Tourism: Social Welfare Through International Trade / D. Reisman. – Edward Elgar Publishing, 2010. – 198 с.*
9. *Insurance dictionary: what means what when it comes to life, health, business, home, auto and other coverages / Silver Lake Publishing. – Silver Lake Publishing, 2008. – 486 с.*
10. *Сайт Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dfp.gov.ua>.*