

реабилитации, восстановлении физических и духовных сил). Управление потребительской ценностью рекреационного продукта основывается на выявлении потребностей рекреанта, измерении степени удовлетворения его ожиданий, предоставлении максимальной потребительской ценности и обеспечение соответствующего уровня удовлетворения, долгосрочном взаимодействии с рекреантами, поставщиками, персоналом в целях создания высшей потребительской ценности рекреационного продукта.

Литература

1. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме: учеб. пособ. / А.П. Дурович. – СПб.: Питер, 2008. – 384 с.
2. Ткаченко Т.І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко. – [2-ге вид., випр. та доповн.]. – К.: Київ.нац.торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
3. Цюхля С.Ю. Трансформація рекреаційної діяльності та розвиток ринку курортно-рекреаційних послуг (методологія, аналіз і шляхи вдосконалення): монографія / С.Ю. Цюхля. – Сімферополь: Таврія, 2008. – 352 с.
4. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: монографія / Л.М. Шульгіна. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 597 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг. Гостерпимство. Туризм / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М.: Юнити-Дана, 2007. – 1046 с.

368.9

*Драбаніч А.В., к.е.н., доцент,  
Доброновська І.Г., студент,  
Вінницький фінансово-економічний університет*

**АНАЛІЗ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ**

Способи нагромадження і заощадження грошових коштів завжди турбували людство. Найбільш звичними і традиційними в цьому сенсі для більшості наших громадян, безумовно, є банківські послуги. Однак у банків у найближчій перспективі може з'явитись новий потужний конкурент – страхові компанії. Саме страхові послуги останнім часом набувають все більшої популярності серед населення.

Над дослідженням українського ринку страхових послуг працювало багато відомих науковців, серед яких слід відзначити Н. Внукову, С. Осадця, Я. Шумелду, Т. Федорову та ін. Роботи цих дослідників присвячені переважно аналізу страхової галузі в цілому і не акцентують уваги на обслуговуванні фізичних осіб. Деякі науковці, такі як В. Фурман, досліджують питання надання страхових послуг населенню. Однак питання страхування фізичних осіб в Україні потребують подальших досліджень..

Мета статті – узагальнити основні тенденції функціонування ринку страхових послуг для фізичних осіб в Україні.

В розвинутих країнах світу особливу увагу приділяють розв'язанню проблем страхового захисту населення, пов'язуючи їх з такими важливими критеріями як соціальна стабільність суспільства, соціальна злагода, гарантія високого рівня життя, забезпечення ефективного інвестиційного процесу в економіці країни тощо.

Разом з тим, національний страховий ринок лише починає активно розвиватись в останні роки. Перспективи розвитку значні: обсяг страхових послуг на українському страховому ринку, як частини європейського, дорівнює 0,05% при 7% населення України у тій же Європі; страхування забезпечує перерозподіл тільки 0,9% ВВП (в Європі – 8-12%); застраховано близько 10% ризиків (в Європі – 90-95%) [2].

Одним із пріоритетних напрямків діяльності вітчизняних страховиків може стати їх діяльність по наданню страхових послуг населенню.

Основна відмінність практичної роботи компанії по страхуванню фізичних осіб від страхування юридичних осіб полягає в наступному: якщо при роботі з юридичною особою, в більшості випадків, роз'яснення умов страхування, узгодження конкретних параметрів договору (страхова сума, тариф, ризики), відбувається при взаємодії керівництва компанії з керівництвом юридичної особи, то при роботі з фізичними особами високий професіоналізм вимагається насамперед від рядових співробітників страхової компанії, адже саме їм, а не керівництву необхідно буде безпосередньо працювати з населенням.

Більшість страхових компаній в Україні може і хоче працювати з фізичними особами, хоча для більшості з них страхові продукти для фізичних осіб є в більшій мірі рекламою, ніж засобом заробітку

грошей. Якщо розглядати страхування фізичних осіб у цьому аспекті, то більш привабливо виглядають ті компанії, що поряд із масовими продуктами пропонують і ексклюзивні, розраховані на еліту.

Страхові послуги підпорядковані загальним законам ринку: чим більше ексклюзивних, виняткових продуктів, тим вище рівень компанії в цілому, тим більш солідно вона виглядає й в очах менш заможних клієнтів. Не виключено, що багато компаній почнуть розвиватися саме в цьому напрямку.

Страхові послуги фізичним особам можна поділити на такі види страхування:

- страхування майна фізичних осіб;
- страхування відповідальності фізичних осіб;
- страхування життя, здоров'я та працездатності фізичних осіб;
- загальнообов'язкове соціальне державне медичне страхування.

У першому півріччі 2012 року обсяг валових страхових премій з автострахування (КАСКО, ОСЦПВ, «Зелена картка») зріс на 5,9%, а обсяг валових страхових виплат зріс на 7,9%. При цьому частка валових страхових премій та валових страхових виплат страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСЦПВ) в автострахуванні становить 38,2% та 39,8%.

Надходження валових страхових премій при страхуванні наземного транспорту (КАСКО) у першому півріччі 2012 року збільшилося на 2,0% у порівнянні з аналогічним періодом 2011 року і становило 1 682,8 млн. грн., при страхуванні цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСЦПВ) обсяг валових страхових премій збільшився на 14,0% і становив 1 222,0 млн. грн. [2].

За підсумками першого півріччя 2012 року: при страхуванні наземного транспорту (КАСКО) обсяг чистих страхових премій становив 1 519,7 млн. грн., при страхуванні цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСЦПВ) – 1 198,8 млн. грн.

Страховання життя є різновидом як добровільного, так і обов'язкового страхування.

Сьогодні в Україні практикуються три основні програми страхування життя [3, с. 11]:

- ризикове страхування життя, тобто страхування на випадок смерті, страхування від нещасних випадків, захворювань та інвалідності;
- змішане страхування життя: накопичувальне страхування з одночасним страховим захистом на випадок смерті з метою забезпечити певний капітал до певної дати, або події (приміром, для придбання будинку, навчання у вузі, весілля тощо);
- пенсійне страхування: накопичувальне страхування для забезпечення додаткового періодичного (приміром, щомісячного) доходу протягом певного терміну чи довічно, після виходу на пенсію або досягнення певного віку.

Змішане страхування життя – вид страхування, який об'єднує в одному договорі кілька самостійних договорів страхування, зокрема три випадки:

- дожиття до закінчення строку страхування;
- смерть застрахованого;

– втрата здоров'я від нещасних випадків. Страхувальниками в цьому виді страхування є тільки фізичні особи.

Валові страхові платежі при страхуванні життя за перше півріччя 2012 року становили 770,4 млн. грн., що на 43,6% більше, ніж за перше півріччя 2011 року (2011 р. – 536,6 млн. грн.).

Структура валових надходжень страхових платежів за перше півріччя 2012 року [2]:

- 693,1 млн. грн. (або 90,0%) – що надійшли від фізичних осіб;
- 77,3 млн. грн. (або 10,0%) – що надійшли від юридичних осіб.

У першому півріччі 2012 року на 17,8% збільшилася кількість застрахованих фізичних осіб (669 072 застрахованих фізичних осіб у порівнянні з 475 699 застрахованими фізичними особами протягом першого півріччя 2011 року). Станом на 30.06.2012 застраховано 3 680 361 фізичну особу.

Обсяг валових страхових виплат із страхування життя за перше півріччя 2012 року становив 38,0 млн. грн., що на 17,6% більше в порівнянні з відповідним періодом 2011 року.

Не дивлячись на позитивну динаміку розвитку страхування життя в сучасній Україні, його основні показники залишаються досить низькими у порівнянні із розвинутими країнами. На розвиток страхування життя в Україні впливає багато чинників, серед яких: недовіра населення до будь-яких видів інвестицій, низький рівень доходів населення, політична нестабільність, зростання інфляції, недосконала нормативно-правова база; слабкий розвиток фондового ринку, відсутність вторинного ринку страхових послуг, неналежний рівень інформації про стан і можливості ринку страхування життя, відсутність довіри населення до компаній зі страхування життя, до довгострокової податкової політики, яка б стимулювала

розвиток страхування життя, низька фінансова надійність і платоспроможність страховиків, низька ефективність державного регулювання особистого страхування в Україні [2].

Відповідно до річного звіту Всесвітньої організації охорони здоров'я, в Україні витрати на охорону здоров'я складають лише 6,5% ВВП, а, наприклад, у США цей показник становить 15,4%, у Німеччині – 10,6%, у Франції – 10,5 %.

Зрозуміло, що існуючий сьогодні рівень витрат на охорону здоров'я в Україні є недостатнім. Саме тому, для забезпечення розвитку цієї галузі до її фінансування необхідно залучати і позабюджетні джерела, одним із яких є медичне страхування.

Нині в Україні функціонує тільки система добровільного медичного страхування, популярність якого серед населення з кожним роком постійно зростає.

Системи обов'язкового медичного страхування в Україні досі не існує.

Варто відмітити, що структура ринку послуг для фізичних осіб у 2012 році істотно змінилася. Якщо в 2008 році ТОП-5 страхових послуг домогосподарствам становили [2]:

- КАСКО – 53%;
- ОСАГО – 12%;
- страхування майна – 8%;
- накопичувальне страхування життя – 8%.

За підсумками 2012 року лідери представлені таким чином [2]:

- КАСКО – 27%;
- ОСАГО – 23%;
- ризикове страхування життя – 9%;
- накопичувальне страхування життя – 8%.

Популярними страховими продуктами серед населення в 2012 році також були страхування від нещасного випадку та ДМС – на частку кожного довелось 7%. Обсяги страхування майна скоротилися до 5%, так як фактично припинено іпотечне кредитування. Різко збільшився попит на страхування медичних витрат з 1% в 2008 році до 3% в 2012 році, і страхування здоров'я на випадок хвороби з 2% в 2008 році до 3%.

На шляху розвитку страхування фізичних осіб в Україні існують такі проблеми:

- демографічні – постійне скорочення чисельності населення;
- економічні – низький рівень доходів громадян, що обумовлює відсутність платоспроможного попиту на страхові послуги;
- психологічні – відсутність довіри населення до страхових інституцій;
- соціальні – відсутність культури страхування та інформованості про страхові послуги серед населення;
- законодавчі – недостатньо розвинена законодавча база, що перешкоджає розвитку деяких видів страхових послуг для населення.

Страхування фізичних осіб в Україні має і багато перспектив для свого подальшого зростання. У найближчі роки до головних факторів розвитку цього сегменту страхового ринку можна віднести зростання обсягів кредитування комерційними банками фізичних осіб і встановлення повноцінного контролю з боку Державтоінспекції за наявністю полісів обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності в автовласників.

Слід наголосити на необхідності активізації діяльності страхових компаній на роздрібному ринку в цілому й у сегменті медичного страхування, зокрема, адже одним із пріоритетних завдань для охорони здоров'я є вирішення фінансово-економічної проблеми за участю різних установ, у тому числі й страхових компаній. У довгостроковій перспективі зростання страхування населення України буде пов'язане саме з розвитком накопичувального страхування життя і прийняттям Закону «Про обов'язкове державне медичне страхування».

#### Література

1. Закон України «Про страхування» [Електронний ресурс]. – Режим доступу к файлу: [www.gov.ua](http://www.gov.ua)
2. Державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dfp.gov.ua>.
3. Артюх Т.М. Страхування життя в умовах сучасного страхового ринку України / Т.М. Артюх // Фінанси, облік і аудит. – 2011. – № 18. – С.9-15.
4. Кривошлик Т. Сучасний стан страхування майна громадян в Україні / Т. Кривошлик // Страхова справа. – 2012. – № 2 (46). – С. 26-29.

5. Проблеми страхування майна в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://studentu5.com/index.php?work=15>.

*Карташевская И.Ф., доцент,  
ТНУ имени В.И. Вернадского*

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКСЕОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В ТУРИЗМЕ

За двадцать лет независимого украинского государства главные направления экономического развития туристской деятельности, закрепленные и прописанные в нормативных документах, носят декларативный характер. Туризм не превратился в высокорентабельную область экономики Украины, не разработаны и соответственно не внедрены стандарты в туристско-экскурсионной сфере. Не только не внедрена статистическая отчетность согласно рекомендациям Всемирной туристской организации, но не налажен первичный учет индивидуальных средств размещения, туристских потоков; отсутствует методика расчета показателей о доле туризма в валовом национальном продукте. Целый ряд принятых новых нормативных документов фактически тормозит процессы дальнейшего экономического развития туристического комплекса. В связи с этим, поиск новых подходов оценки эффективности управления в туризме является актуальным.

Проведенные нами исследования эффективности управления в туризме в различных источниках дают различные трактовки, алогичные друг другу и неприменимые для решения поставленных нами задач. Прежде всего, это связано с тем, что предлагаемые авторами подходы определяют только отдельные дестинации, а не оценивают эффективность всей системы управления в туризме в целом.

Целью исследования является анализ теоретических и праксеологических аспектов управления в туризме в отечественной и зарубежной практике

Экономика туризма основывается на общей экономической теории и включает два подхода: макроэкономический и микроэкономический. Оба подхода используют один и тот же инструментарий, однако каждая из наук анализирует экономические явления и процессы под разным углом зрения [1]. Согласно исследованиям С.С. Скобкина на макроэкономическом уровне значение туризма оценивается по:

- вкладу в доход государства;
- предоставлению рабочих мест, уровню занятости;
- доходу занятых в системе туризма;
- туристскому спросу;
- туристскому предложению;
- роли туризма в платежном балансе страны.

К важнейшим показателям оценки эффективности деятельности туризма на макроуровне автор относит:

- развитость инфраструктуры туризма;
- количество туристов (внутренних, иностранных, выехавших за границу);
- доход от предоставленных туристских услуг;
- туристский баланс и его воздействие на платежный баланс страны;
- число рабочих мест;
- доходы государственного бюджета, относящиеся к туризму.

Основная часть авторов рассматривает вопросы эффективности функционирования отдельных предприятий. В туристском терминологическом словаре И.В. Зорин предлагает под эффективностью понимать выполнение или способность выполнить работу с минимальными затратами времени и сил, или как показатель (L) о краткосрочных и долгосрочных обязательствах компании:

$$L = H/A, \quad (1)$$

где H – задолженность компании;  
A – все активы [2, с. 650].