



*Динаміка ГПП у Львівську область (млн. дол. США)*

Нам варто задуматись: що було б з підприємствами Львівщини без іноземних інвестицій? Напевно більшість із них збанкрутувала б, тому можна впевнено сказати, що іноземні інвестиції відіграють важливу роль для економічного розвитку Львівської області.

*1. Інтернет JeуNews. 2. Каталог «Інвестиційний ярмарок-2002». – Львів 3–5 жовтня. – 510 с. 3. Каталог «VI Міжнародний ярмарок інвестицій та нерухомості». – Львів, 4–6 жовтня.– 215 с. 4. Диск «Інвестуйте на Львівщині». Розроблено Центром підтримки бізнесу НьюБізнет на замовлення Головного управління економіки Львівської обласної державної адміністрації.*

**В.В. Красноперка**

*студентка гр. ЕФІ-45.*

*Науковиць керівник – канд. екон. наук, доц. Кривцун І.М.*

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ**

Страховий ринок сьогодні є найрозвиненішим сектором ринку небанківських фінансових послуг України, який акумулює майже 83,2 % від загального обсягу активів цього сектору. Однак на фоні розвитку світового страхового ринку ринок страхування в Україні має

незначну питому вагу покриття ризиків. Загалом рівень розвитку вітчизняного страхового ринку охоплює не більше ніж 10 % ризиків, що є в Україні, водночас у розвинених державах цей показник сягає 90–95 %.

Страховий ринок України – галузь економіки України, яка найдинамічніше розвивається. Зокрема, приріст страхових платежів за 2007 р. становив близько 41 %, а страхових виплат – 62,1 %. Також серед позитивних чинників – стійке зростання капіталу, обсягів, структури та якості активів страхових компаній, що є необхідною умовою стабільного функціонування і розвитку страхової діяльності.

Однак, незважаючи на ці позитивні зміни у 2007 р., страховий ринок України залишається й досі найбільш «темним» і закритим сегментом фінансового ринку. До основних проблем розвитку страхової сфери в Україні належить:

- недостатній розвиток страхового ринку (як ризикових видів страхування, так і страхування життя);
- недостатній рівень захисту прав споживачів фінансових послуг;
- надмірна кількість страхових компаній та низький відсоток реально застрахованих ризиків;
- недостатня капіталізація страхових компаній та слабкий розвиток національного перестрахового ринку;
- велика кількість кептивних страхових компаній;
- відсутність механізмів гарантування зобов'язань страховика у разі його банкрутства;
- доволі складна процедура отримання відшкодування у разі настання страхового випадку;
- відсутність достовірної і повної інформації про діяльність страхових компаній.

Проблема недостатньої капіталізації страхових компаній України змушує страховиків перестраховувати ризики за кордоном, а також залучати іноземних інвесторів. Так, українські страховики змушені передавати іноземним близько 90 % страхового платежу при страхуванні авіаційних і морських ризиків, ризиків здоров'я осіб, що від'їжджають за кордон, близько 60 % – за «автокаско», близько 50 % – при страхуванні великих майнових ризиків.

За оцінками експертів структура страхового ринку приблизно така: українські страхові компанії утримують 5–10 % від загального обсягу зібраної страхової премії, ще 10–15 % сплачується українським

перестраховикам, залишок (тобто близько 80 %) перераховується закордонним перестраховикам.

Через швидкі темпи розвитку ринок страхування в Україні став як ніколи привабливим, про що свідчить неприхована зацікавленість іноземних інвесторів і значні капіталовкладення у вітчизняні сегменти. Станом на 1 січня 2008 р. в Україні зареєстровано 446 страховиків, з них 66 – за участі іноземного капіталу. Значення інвестиційної політики в межах страхового ринку України підтверджується також прикладами активних угод зі злиття і поглинання.

Порівняно великі надходження страхових платежів на українському страховому ринку значною мірою пояснюються високою часткою нереального страхування, яке в українській термінології отримало назву «схемного» страхування. За оцінками українських та зарубіжних аналітиків, частка реального страхування була найнижчою у 2003 р., поступово зростаючи до 49 % у 2006 р. Більшість цих надходжень дають так звані «кептивні» страхові компанії. Кептив на українському страховому ринку – це страхова компанія, що входить до складу певної фінансово-промислової групи, холдингу чи створена комерційним банком, як правило, для схемного страхування. Негативне значення кептиву полягає не тільки у здійсненні псевдострахування, але й у створенні закритих зон для реального страхування, бо там, де працює кептив, до страхування не допускається звичайна ринкова компанія. Закриті сегменти страхового ринку дають величезні надходження і призводять до напруженості на відкритих сегментах.

Неподання правдивої і повноцінної інформації (ринок не отримує навіть того мінімуму даних від страховиків, який забезпечує сьогодні НБУ від банків), проведення неякісного аудиту (аудит страхових компаній у 4–5 разів дешевший, ніж аудит банку, хоча обсяг інформації, що перевіряється, фактично однаковий), надає усі підстави вважати, що страхові компанії проводять свою діяльність не прозоро на відміну від банківських структур.

Тому, починаючи з 2006 р., в Україні журнал «Експерт» проводить аналіз діяльності страхових компаній і їх бажання працювати відкрито. Також в рамках цього проекту дається публічна рейтингова оцінка фінансової стійкості страховиків.

У цьогорічному традиційному страховому рейтингу взяли участь 47 страховиків із 446, зібравши за минулий рік 6,5 млрд. грн. валових

премій. Лідером рейтингу є страхова компанія «Оранта», яка у 2007–2008 рр. значно покращила свою інформаційну політику. Слід зазначити, що до 2008 р. «Оранта» не брала участі в рейтингу і навіть не публікувала звітність і результати роботи перед своїми акціонерами. Таке покращання ситуації можна пов'язати з першим публічним розміщенням акцій, до якого компанія вже розпочала підготовку. Сьогодні «Оранта» повністю підконтрольна казахстанській групі БТА.

Хоча «Оранта» є лідером цього рейтингу, однак це не означає, що вона працює повністю прозоро. Відповідно до статті 2 закону України «Про страхування» використання «національна» в назві страховика дозволяється тільки за умови, що його єдиним власником є держава. А страхова компанія «Оранта» донедавна продовжувала користуватися брендом колишньої державної компанії, називаючись НАСК «Оранта», обманюючи довіру звиклих до цього бренду громадян. Статистика свідчить, що якщо бренд страхової компанії знає в два рази більше людей, ніж користується її послугами, то на наступний рік її продажі можуть збільшитись на 50 %. Цим користується «Оранта», збираючи кожного року майже 2 млрд. грн. страхових платежів.

Аналізуючи український ринок страхування, можна зауважити, що у багатьох страхових компаній на 100 % страхових платежів припадає трохи більше ніж 5 % страхових виплат. Така вражаюча різниця була б неможливою, якби страховики усіма правдами і неправдами не ухилялися від виплат клієнтам.

Отже, актуальність питання розвитку страхового ринку України обумовлює необхідність розроблення державної політики ефективного розвитку страхування у поєднанні з загальнонаціональними економічними пріоритетами.