

Власова Н.М., Вейнберг К.О. СТРАХОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

І. Вступ

Актуальність проблеми страхування в туризмі в останній час є дуже важливою, тому що в процесі страхування туристичних послуг визначається якість цих послуг та формується імідж всієї туристичної галузі. Треба зазначити, що безпека для туриста – це найголовніше, та вона залежить перш за все від якісного страхування. Тож, страхування є повноцінним складником будь-кої туристичної подорожі, та саме за допомогою страхування відбувається захист, як туристів, так і їх майна.

Та, нажаль, страхування, через велику вірогідність помилок при взаємодії значної кількості незалежних партнерів, іноді стає негативним явищем для туристів. Тож об'єктом дослідження є процеси, які виникають на українському ринку страхування між учасниками страхового ринку. Метою дослідження є виявлення проблем у взаємодії страхових та туристичних компаній; аналіз типових ризиків суб'єктів туристичної діяльності.

Вивченням проблем з страховою неоднорідністю займалися такі вчені як Л.І. Рейтман, С.С. Осадець, Л.С.Руденко та інші. О. О. Охріменко, наприклад, вважає, що при страхуванні треба пропонувати туристам додаткові послуги, які можуть бути конкретно не пов'язаними із страхуванням, проте вони доповнюватимуть цілісність страхового продукту та робитимуть його комплексним. Якщо подивитись на цю проблему з іншого боку, Наталя Соболева, директор департаменту особистого страхування УІСК „Інвестсервіс”, вважає, що серед причин, які заважають розвитку страхування в Україні, є досить часті зміни вимог посольств деяких країн до страхового покриття, обмеження переліку страхових компаній, чий поліси приймаються при отриманні візи, та загальна неузгодженість між діями законодавчих і виконавчих органів влади.

ІІ. Постановка завдання

Завданням даного дослідження є виявлення типових проблем суб'єктів туристичної діяльності у страховому покритті, а також проблем, з якими вони стикаються при укладанні договорів страхування.

Метою дослідження є активізація пропозицій з боку страхових компаній щодо створення комплексних програм страхового захисту туристичних фірм.

ІІІ. Результати

Перш за все, сьогоднішній ринок страхування туристів – це високо конкурентний ринок. Попит на страхові послуги у сфері туризму в Україні залежить, перш за все, від обов'язковості того чи іншого виду страхування, а також від рівня ризиків потенційних страхувальників. На жаль, сьогодні, як і в багатьох інших видах страхування, основним пріоритетом при виборі страховика, є найнижча ціна, а потім вже набір послуг, а ще потім фінансова надійність, досвід та партнери. Тому ціни на страхування зараз дуже низькі, а цей вид страхування високо ризикований. Як завжди, низька ціна забезпечує невисоку якість сервісу і мінімальні фінансові ліміти.

Аналіз потреб у страхуванні ризиків туристичних фірм виявив наступні тенденції. Потребують відповідного страхового покриття та укладають договори страхування великі та середні туристичні фірми. Дрібні туристичні фірми, які не мають майна та стоять перед вибором щодо подальших напрямів ведення діяльності-ерейти в категорію туристичних агентів чи взагалі залишити туристичний ринок, не бачать необхідності здійснювати страхування власних ризиків, що теж заважає розвитку страхової справи, є безперечним недоліком та відбувається знов таки через неосвітленість українських туристичних фірм у галузі страхування[4].

Ризик появи негативних явищ є частиною людської діяльності, а у туризмі такий ризик ускладнюється тим, що у разі появи шкоди, заподіяної здоров'ю та майну туриста, він опиняється у незнайомій країні, де ніхто без страхового поліса не надасть безкоштовної допомоги або не відшкодує збитків через спричинену шкоду.

Найбільш типовими випадками, які трапляються з туристами є такі:

- одержання платної медичної допомоги у результаті нещасного випадку, раптового захворювання або загострення хронічного захворювання, що призвело до реальної загрози погіршення здоров'я застрахованого або смерті;
- непередбачена ненавмисна втрата працездатності застрахованим (нешасний випадок);
- непередбачена ненавмисна втрата багажу, документів та засобів існування;
- непередбачені витрати, пов'язані з виникненням загально цивільної та авто цивільної відповідальності;
- неможливість здійснити туристичну поїздку через нещасний випадок, раптове захворювання, смерть близьких та рідних застрахованого, пошкодження майна в особливо великих розмірах;
- дострокове завершення туристичної подорожі у результаті нещасного випадку або хвороби;
- невиконання або неналежне виконання договірних зобов'язань туристичних організацій перед туристами [2].

Таблиця 1. Страхові виплати за особисте страхування, крім страхування життя

№	Назва компанії	Місто	Страхові виплати за 2003 рік, тис. грн.	Страхові виплати за 2002 рік, тис. грн.
1	„Аска”	Донецьк	4722,6	3997,9
2	„Надра”	Київ	4423,6	2246,8
3	„Галінстрах”	Львів	2997,6	2893,2
4	„Міська страхова компанія”	Одеса	9172,3	9517,9

Таблиця 2. Інформація про кількість договорів, збитковість

Назва компанії	Приблизна кількість договорів туристів	Мінімальний термін страхування	Середня збитковість даного виду(%)	Періодичність зміни тарифів
„УОСК”	2000	1 доба	53	1 раз на рік
„Аска”	Біля 20000	1 доба	до 45	Не змінювалися
„Універсальна”	15000	1 день	4,8	1 раз на півроку
„Інвестсервіс”	2930	1 доба	0,25	1 раз на пів року

Серед факторів, що впливають на розмір страхових тарифів є такі:

- умови страхування (набір послуг, програма страхування);
- тип візи;
- термін дії договору страхування;
- розмір страхової суми;
- розмір франшизи;
- розмір та характер медичних витрат та послуг асистантів;
- місце дії договору страхування (країна перебування);
- вік застрахованої особи;
- кількість осіб, у відношенні яких укладається договір страхування;
- мета поїздки: вид активного відпочинку;
- професія (для працюючих за кордоном);
- кількість виїздів, застрахованої особи, протягом одного календарного року [4].

У зв'язку із зростаючою кількістю постійних клієнтів та „проштовхуванням” нових програм страхування, розробляються нові тарифи, які є нижчими у порівнянні з попередніми. Це сприяє укладанню нових договорів страхування подорожуючих за кордон та подальшій кооперації з тур фірмами.

Зараз найбільшою популярністю серед туристичних фірм користується мінімальний набір послуг, який включає організацію та сплату послуг екстреної медичної допомоги, необхідного транспортування до лікувального закладу, дострокового повернення на територію України та репатріацію у випадку смерті.

Щодо популярності ризиків серед туристів, то це безперечно страхування непередбачених медичних витрат та від нещасних випадків під час перебування за кордоном. З урахуванням тенденцій вітчизняного туриста перспективним є страхування неможливості здійснити поїздку, страхування багажу та страхування непередбачених медичних витрат в Україні (см. табл. 3).

Таблиця 3. Перелік послуг, які надаються страховиками та досвід роботи компанії на ринку страхування туристів

Назва компанії	Перелік послуг, які надаються страховиком	Досвід страхування у сфері туризму, років	Кількість тур фірм-партнерів
„Алькона”	Оплата послуг, наданих застрахованому при раптовому захворюванні або нещасному випадку, включаючи медичні, транспортні, витрати на репатріацію, юридичний, технічний асистанс ¹	7	80
„Інвестсервіс”	Медичне страхування від нещасних випадків, технічний асистанс, „Зелена картка”, автоКАСКО	4	7
„Універсальна”	Організація надання невідкладної медичної допомоги „Подорожуючим за кордон”	1	5

Для вирішення питання відмови страховика у виплаті страхового відшкодування необхідно втручання не тільки страховиків, але й активна участь суб'єктів туристичної діяльності та відповідних структур виконавчої влади, тому що туризм – це одна з найперспективніших галузей нашої країни, яка відкрила українським туристам свої можливості нещодавно, та зацікавленість у туризмі тільки починає зростати. Тільки на протязі 2007 року кількість туристичних потоків збільшилася на 30%, загальна кількість подорожуючих склала 2,9 млн. осіб. У Законі України «Про туризм» ст. 16 вказано обов'язкове страхування, яке забезпечується суб'єктами туристичної діяльності на основі угод із страховиками, що теж збільшить потребу у страхуванні [1].

¹ Страховий асистанс – це можливість швидко і кваліфіковано проводити консультацію як існуючих, так і потенційних клієнтів, проводити зворотний обзвон (Callback)

Загалом, суб'єкти страхової галузі, туристичної, та держава повинні об'єднати зусилля по удосконаленню системи страхування і управління страховими виплатами в туристичній діяльності, програм управління ризиками із залученням професіоналів для того, щоб ринок туристичних послуг, а разом з ним і страховий ринок вийшли на якісно новий рівень, який передбачатиме поєднання інтересів та взаємовигідне співробітництво.

Для того, щоб уникнути випадків необхідної із некваліфікованими страховими агентами, треба покращити та укріпити захист споживачів – створити державні заклади з питань страхування та запровадження ліцензування страхових агентів, які б здійснювали завдання по створенню та підтримці надійної статистичної бази даних по страховому ринку.

Висновки

Для того, щоб уникнути типових проблем між суб'єктами туристичної діяльності у страховому покритті, а також проблем, з якими вони стикаються при укладанні договорів страхування, треба запровадити:

- комбіновані дисконтні платіжні картки, на яких буде зазначене комплексне страхування: страхування депозиту, платіжної картки, особисте медичне страхування, страхування від нещасного випадку і обов'язкове страхування всього комплексу туристичних послуг.
- обов'язкове створення страхових пулів (спільних фондів виплат) з метою розподілу зобов'язань по страхових виплатах на декілька членів даного співтовариства.
- створення мінімального розміру фонду страхового відшкодування для страхових компаній тих, що працюють в даному напрямі.

Джерела та література:

1. Закон України «Про туризм» в редакції від 18.11.2003г. № 1282 – Закон про туризм.
2. Маринин М.М. Туристические формальности и безопасность в туризме. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 144 с.
3. Наукові записки КІТЕП: Щорічник/ Редкол.: Паленок В. С.(голова) та ін.Вип.2. – К.: Знання України,2002.–339 с.
4. Страхова справа. – №1(13). – 2004/За ред. О. Парашак. – „Веер Пак”, 2004. – С. 42–47, 75.

Лукьяненко Е.А., Дугаренко И.А.

РАЗВИТИЕ АКТИВНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМЫ СЕЗОННОСТИ

Постановка проблемы. В сложившейся экономической ситуации, туризм в Крыму должен стать одним из приоритетных направлений развития региона. Для эффективной стратегии развития туристской отрасли АРК, особо актуально стоит вопрос расширения рамок сезонности функционирования туристских предприятий Крыма, в том числе и предприятий, которые специализируются на организации активного туризма т.к. этот вид туризма является одним из перспективных направлений деятельности туристских фирм в межсезонье.

Целью данной работы является изучение проблемы сезонности в туристской сфере Крыма и поиск путей ее преодоления. А также разработка перспективных направлений деятельности туристских предприятий (в рамках развития активного туризма), которые бы способствовали сглаживанию сезонных колебаний в туризме.

Сезонность – устойчиво (из года в год) повторяющаяся, характерная для данного места цикличность туристской деятельности, связанная с изменением условий рекреации. Сезонность определяется целым рядом факторов. Факторы сезонных колебаний принято подразделять на первичные и вторичные. К первичным факторам сезонных колебаний относятся факторы, формирующиеся под воздействием природно-климатических условий, количества и качества специфических ресурсов для развития различных видов туризма. Природно-географические условия являются определяющими в выборе туристами того или иного района для посещения. К вторичным факторам сезонных колебаний относятся: экономические – структура потребления товаров и услуг; демографические – дифференцированный спрос по половозрастному составу и другим признакам; психологические – традиции, мода, подражание; материально-технические – развитие сети размещения, питания, транспорта, культурно-оздоровительного обслуживания; технологические – комплексный подход в предоставлении качественных услуг [1].

Анализ вышеприведенных факторов позволяет установить, что туристская деятельность в Крым подвержена максимальному влиянию первичных и всего ряда вторичных факторов сезонности выявленных в мировой практике туризма. Сезонность в крымском туризме влияет на структуру занятости работников в туристской индустрии, особенностями которой являются: значительный удельный вес неполной занятости; сезонные колебания объема занятости и трудовой нагрузки; низкий удельный вес квалифицированного персонала; ограниченные возможности профессионального роста; значительный удельный вес женского труда. Все это в серьезной степени влияет на качество предоставляемых туристам услуг, снижая конкурентность крымского турпродукта. Характеризуя сезонность в туризме АРК, можно сказать, что она имеет общемировые признаки, но с гораздо более выраженными острыми проблемами, связанными с