

готелях, ресторанах, екскурсійних бюро, туристичних фірмах, стають їх активними пропагандистами. Якість обслуговування в кінцевому випадку – важливий чинник підвищення економічної ефективності туризму. На якість обслуговування впливають такі фактори, як комплексність послуг і товарів, їх направленість на конкретного споживача, своєчасність їх надання.

1. Бабарицька В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг / В.К. Бабарицька, О.Ю. Малиновська. – К. : Альтерпрес, 2004. – 208 с.
2. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учеб. пособ. [для студ. вузов по спец. «Экономика и управление социально-культурной сферой»] / А.П. Дурович. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – Мн. : Новое знание, 2001. – 495 с.
3. Квартальнов В.А. Менеджмент туризма / В.А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2009. – 247 с.

**Радченко О.М.**

Черкаський національний університет  
імені Богдана Хмельницького, м. Черкаси, Україна

## **ІННОВАЦІЇ НА РИНКУ СТРАХУВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ТУРИСТІВ**

**Постановка проблеми.** Надання Радою міністрів Європейського Союзу Україні статусу країни з ринковою економікою вимагає цивілізованого підходу до ведення господарської діяльності у всіх сферах національної економіки. Великою мірою це стосується і поширення засобів страхового захисту на різні галузі підприємництва, зокрема на туризм. Страхування в туризмі, яке донедавна надавало захист виключно від нещасного випадку для від'їжджаючих за кордон, поступово перетворюється на комплекс страхових відносин, що формуються з метою захисту майнових інтересів у сфері туризму та готельного господарства. В Україні ринок пропозицій страхових продуктів для туристів ще тільки формується, що обумовлює актуальність та значущість обраної для дослідження теми.

**Аналіз останніх досліджень.** Вивченню сутності, принципів та видів страхування в туризмі присвятили праці А.А. Гвозденко, О.О. Охріменко та ін.

**Мета статті** – розглянути сучасні тенденції розвитку страхування українських туристів, що подорожують за кордон.

**Виклад основного матеріалу.** Страхування у сфері туризму залежно від об'єктів страхування належить до всіх трьох галузей страхування. У межах особистого страхування туристське страхування представлено двома видами: страхування від нещасних випадків та медичне страхування. Різновидами страхування є безперервне страхування здоров'я співробітників турфірм, страхування непередбачених медичних витрат для виїжджаючих за кордон тощо.

У межах майнового страхування туристське страхування охоплює: страхування наземного (повітряного, морського) транспорту, страхування вантажів та багажу, страхування фінансових ризиків та від вогневих ризиків. Різновидами страхування є страхування багажу та особистих речей туристів, страхування витрат, пов'язаних із неможливістю здійснити подорож, страхування засобів розміщення тощо.

Страхування відповідальності охоплює такі види: страхування відповідальності власників наземного (повітряного, морського транспорту); страхування відповідальності перед третіми особами та ін. Різновидами цього виду страхування є страхування професійної відповідальності при здійсненні туристської діяльності; страхування цивільної відповідальності туристів за завдання шкоди майну третіх осіб тощо [4, с. 28].

Закон України «Про туризм» одним із основних напрямів державної політики в галузі туризму визначив забезпечення безпеки туристів, їхніх прав, інтересів і майна. З метою розвитку туризму суб'єктам підприємництва, які надають туристські послуги, можуть надаватися пільги з оподаткування, кредитування та страхування туристської діяльності [2]. Згідно із Законом України «Про страхування» до обов'язкових видів страхування належить страхування відповідальності суб'єктів туристської діяльності за шкоду, заподіяну життю чи здоров'ю туриста або його майну [1].

Специфічні чинники ризику в туризмі зумовлені: можливістю виникнення природних і техногенних катастроф, а також інших надзвичайних ситуацій у зоні обслуговування туристів; технічним станом об'єктів матеріально-технічної бази туризму; складним рельєфом місцевості; рівнем професійної підготовки обслуговуючого персоналу тощо. За даними страхових компаній серед страхових випадків, які трапилися з виїжджаючими за кордон, максимальна кількість (38%) припадає на застудні захворювання, на травми – 18%;

на шлунково-кишкові захворювання – 12%. Більше половини страхових виплат здійснюється у липні–серпні, що визначається сезонними особливостями туризму [3, с. 93].

Покупці туристичних страховок – це туристи, що оформляють подорожі через туроператорів, ті, хто оформляє візи до іноземних країн, а також співробітники компаній, що прямують за кордон із бізнес-метою. Серед більше ніж 30 страхових компаній (далі СК), що пропонують страхові продукти туристам, половину ринка тримають 6 гравців: компанії «Еталон», «ІНГО», «ТАС», «АСКА», «Універсальна», «ПРОСТО-страхування». У кожній СК є своя ніша. Наприклад, «Еталон» працює в сегменті масового виїзного відпочинку; ІНГО переважно співпрацює з корпоративними клієнтами, проте монополістом на ринку в'їзного туризму була СК «ПРОСТО-страхування».

Погоду в сегменті туристичного страхування створюють компанії, що мають партнерами найбільших туроператорів. Лідери ринку туристичних послуг TEZ Tour і TURTESS Travel працюють із «Еталоном», який обіймає 70% ринку страхування туристів, що відпочивають в Туреччині та Єгипту, та 12–15% ринку турстрахування загалом. Другому гравцю – ІНГО Україна (продає поліси через туроператорів «Гамалія», «Яна», «Чарівна подорож») – належить 8–10% ринка. «Універсальна» співпрацює із турфірмою «Пан Юкрейн» [5].

Туристичні компанії реалізують поліси СК за комісійну винагороду, розмір якої коливається в межах 10–30% від вартості страхування, хоча деякі СК пропонують операторам навіть 50%. Щирість страховиків залежить обсягів страхових платежів та зацікавленості в туроператорі. На солідні відсотки можуть розраховувати агенції, що продають страховки на 20–55 тис. грн. щомісяця. Зазвичай туркомпанії висувають до СК додаткові вимоги – це, як правило, фінансування рекламних акцій туроператора.

СК змушені погоджуватись із вимогами турфірм. За кожного нового туроператора на ринку страхових послуг ведеться боротьба.

Обійти конкурентів СК намагаються за рахунок нових продуктів для клієнтів, хоча найбільш востребуваними залишаються програми класичного страхування подорожуючих. Переважно СК заробляють на продажу дешевих страховок із невеликим переліком страхових випадків, до яких не потрапляють широко розповсюджені

травми в стані алкогольного сп'яніння, навмисне спричинення собі тілесних ушкоджень, участь у бійках тощо. Випадки терактів віднесені СК до форс-мажорних обставин і теж не відшкодовуються. Діяльності СК притаманна жорстка політика заощадження витрат.

Витрати СК – зарплати, канцелярія, телефонний зв'язок, Інтернет, бланки полісів, кредитні картки, рекламна продукція, оплата поїздок, податки на страхову діяльність, виставки, відрядження – досягають 30% страхових платежів, плюс комісійна винагорода туроператорам.

Водночас СК не можуть підняти тарифи на послуги для туристів через опір туроператорів, котрі бояться збільшувати вартість турів. Найбільш збиткові для страховиків напрямки – масові, такі як Туреччина і Єгипет. В літній сезон рівень збитковості по цих країнам може сягати 240 %. Водночас туристичне страхування не є таким збитковим, як КАСКО[5].

Відносно новою послугою на страховому ринку є страхування туристів від неможливості здійснити подорож. Щоправда, на українському ринку залишилося небагато компаній, що її пропонують. Ця послуга цікава в першу чергу тим клієнтам, хто має маленьких дітей або батьків літнього віку, або тим, хто не впевнений у власному здоров'ї. Зазвичай договір страхування від невіїзду укладається не менше, ніж за 2 тижні до подорожі. Якщо клієнт не в змозі здійснити тур з поважної причини – госпіталізація або смерть родичів, повістка до військкомату або виклик до суду, пожежа або неотримання в'їзної візи, страхова компанія компенсує вартість туру. Вартість такого полісу становить від 4 до 10% вартості туру і залежить від ризиків – причин невіїзду.

Страхові компанії пропонують також страхування багажу, що є особливо актуальним для тих, хто користується послугами аеропорту Борисполя. Вартість такого полісу залежить від кількості днів перебування та країни перебування, страхова сума у випадку затримки багажу становить \$ 100, у випадку втрати багажу – \$ 300.

Серед нових страхових продуктів для туристів – річні поліси. Їхня перевага полягає у тому, що страховий платіж з розрахунку на 1 день перебування за кордоном може бути в 1,5–2 рази дешевше, ніж в разовому полісі, а ліміти відповідальності залишаються незмінними. Поліс покриває 30 днів перебування за кордоном і діє протягом одного року.

Іншим привабливим страховим продуктом є комплексне страхування подорожуючих за кордон, що передбачає поруч із обов'язковими видами особистого страхування (медичних витрат та від нещасного випадку) фінансові послуги (відшкодування витрат, пов'язаних із затримкою авіарейса, втратою багажу або документів, скасуванням подорожі) за декількома програмами, наприклад, страховий партнер туроператора «Туртесс Тревел» СК «Еталон» пропонує п'ять програм комплексного страхування.

Лідером з інноваційних туристичних продуктів на ринку України виступає ЗАТ «Європейське туристське страхування» (далі ЄТС) – єдина в Україні СК, що спеціалізується на страхуванні туристів. ЄТС було створено в жовтні 2006 р. Завдяки власній материнській компанії «Europäische Reiseversicherung AG» Мюнхен (ERV) – лідера ринку туристського страхування Німеччини, ЄТС є частиною однієї з найбільших у світі Груп туристських страховиків – ERV Group. Партнерами ЄТС є провідні туристичні компанії України, зокрема Regas Touristik, Вояж Київ, Tourtess Travel, Туристський клуб, TRG та багато інших. На початок 2010 р. із ЄТС співробітничало більше 400 агентів – турагенцій і туроператорів по всій Україні [6].

Однією з перших СК в Україні ЄТС почала страхувати відповідальність суб'єктів туристської діяльності. Зокрема 2010 р., коли збанкрутили два великих туроператора, ЄТС оперативно додала до власного портфелю страхування від неплатоспроможності туристичних операторів. Починаючи з 2009 р. ЄТС є страховим партнером Асоціації лідерів Турбізнесу України і членом Української Федерації Страхування.

Використовуючи досвід роботи своїх європейських акціонерів ЄТС у 2008–2009 рр. запропонувала комбінований продукт «два в одному» – «КАСКО + Страхування багажу» для подорожуючих на власному автомобілі. Вимогою сучасного ринку страхових послуг є й співпраця з іншими страховими гравцями. ЄТС продовжує розвивати бізнес-стосунки із українськими страховиками. Приміром, у лютому 2010 р. ЄТС заключила угоду про співробітництво із СК «Країною». Тепер поліси комплексного страхування для подорожуючих від «ЄТС» можна придбати у всіх відділеннях та представництвах СК «Країна». Новий партнер компанії має можливість реалізовувати унікальний на українському ринку страховий продукт – «Комплексне страхування ділових подорожей» (СП), розроблений ЄТС спеціально для