

УДК 338.48

Крамаренко В.И.

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ТУРИСТИЧЕСКОГО СТРАХОВАНИЯ

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с практикой. Страхование представляет собой определенную систему экономических отношений, возникающих по поводу раскладки возможного ущерба между заинтересованными лицами. Как своеобразный способ защиты от какого-либо риска, вызванного непредвиденными обстоятельствами, страхование сглаживает последствия стихийных бедствий и случайностей. И чем больше заинтересованных физических и юридических лиц участвует в раскладке материального или финансового ущерба, тем меньшая доля средств приходится на каждого его участника [1].

Страхование занимает особое место в туризме. Если рассматривать туризм как «совокупность отношений, связей и явлений, сопровождающих поездку и пребывание людей в местах, не являющихся местами их постоянного или длительного проживания и не связанных с их трудовой деятельностью» [2], то любое перемещение, изменение места постоянного пребывания, сложившегося образа жизни, привычек и традиций на период путешествий может быть сопряжено с высокой степенью риска для здоровья, представлять особую опасность для путешествующего лица.

В туристической поездке сегодня наиболее часто встречаются различного рода отравления водой и пищей, получение травм или даже увечий, простудные заболевания или же стоматологические воспаления. Известны случаи и фатального исхода, в частности туристы тонут при купании, попадают под транспортные средства, становятся жертвами мошенников или же террористов. К непредвиденным случаям можно отнести также кражи их имущества, денег или документов, особенно в отелях и во время транспортных переездов. К проблемам обеспечения безопасности относятся и другие обстоятельства, среди которых возможны эпидемии, ВИЧ-инфекции, криминогенные ситуации, распространение наркотиков, проституция, вандализм, а также различные формы насилия, пиратство, военные действия, государственные перевороты, осложнения с местными жителями, разнообразные риски, обусловленные финансово-экономическими потрясения или же возникающими кризисными ситуациями непосредственно в туристических фирмах.

Однако следует иметь в виду, что при наступлении несчастного случая или болезни, основной проблемой, с которой сталкивается турист, является не оплата медицинских услуг, а возможность получения необходимой медицинской помощи. Вызов врача, скорой помощи, покупка медикаментов – все это и многое другое в незнакомой местности вызывает серьезные затруднения. Особенно сложно действовать в ситуациях, когда пострадавшего в поездке, во-первых, сопровождают

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ТУРИСТИЧЕСКОГО СТРАХОВАНИЯ

дети и их необходимо отправить на место постоянного жительства родителей; во-вторых, в соответствии с показаниями врачей необходимо организовать перемещение больного в специализированное медицинское учреждение; в-третьих, когда требуется присутствие кого-то из ближайших родственников потерпевшего.

Представляется, что наиболее эффективным инструментом обеспечения в туризме гарантий оказания медицинской и иной помощи, а также репатриации является туристическое страхование. Как отмечено в Хартии туризма, должны быть приняты все необходимые меры по обеспечению страхования туристов на случай основных рисков, с которыми они сталкиваются (болезнь, кража, репатриация), и, в частности, стимулированию заключения соглашений в этой области, особенно между страховыми компаниями, всеми туристическими предприятиями и другими заинтересованными компаниями и группами, что позволило бы туристам обеспечить достаточное страхование по доступным ценам [3].

Туризм является одним из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики. Согласно данным ВТО, в последние 20 лет среднегодовые темпы прироста валютных поступлений от международного туризма составляют 14%. К 2010 году число международных туристических поездок возрастет до 937 млн. Многие высокоразвитые страны, и среди них - Испания, Швейцария, Австрия, Франция, Бельгия, построили свое благосостояние в значительной степени на основе туризма, который признан стать высокодоходной отраслью хозяйства и получает поддержку государства [4].

Естественно роль страхования в туризме резко возрастает. Необходимость теоретического обоснования эффективности страхования для субъектов туристической деятельности, совершенствования организации страховой деятельности на туристическом предприятии актуализируют данную проблему, повышают практическую значимость исследований в данной области не только для мировой экономики, но и хозяйственной практики в Украине и ее регионах.

Анализ теоретических подходов и нормативно-правовых положений в организации туристического страхования. В экономической литературе существуют различные трактовки термина «страхование». Одни авторы определяют страхование, как способ возмещения убытков, которые потерпело физическое или юридическое лицо, посредством их распределения между многими лицами (страховой совокупностью) [5]. По их мнению, возмещение убытков производится из средств страхового фонда, который находится в ведении страховой организации (страховщика). Объективная потребность в страховании обуславливается тем, что убытки подчас возникают вследствие разрушительных факторов, вообще не подконтрольных человеку, как, например, стихийные бедствия. В подобной ситуации невозможно взыскивать убытки с кого-либо, и только лишь заранее созданный страховой фонд может стать источником возмещения ущерба. Другие считают, что «страхование заключается в распределении убытка (ущерба) одного страхователя между всеми страхователями» [6, с. 138]. В частности, А.Д. Заруба подчеркивает, что «...для страхування характерні економічні відносини, змістом яких є перерозподіл доходів і коштів для нагромадження лише з метою відшкодування матеріальних чи інших втрат (здоров'я, працездатності, тощо). Отже

в основі страхування лежить ймовірний рух грошової форми вартості» [7, с. 6]. Более того, отмечает Ю.Н. Воробьев, «страхование – это специфический метод, обеспечивающий формирование страхового фонда с целью снижения риска потерь в процессе производственно-финансовой деятельности». [8, с. 22-23]. Л.А. Дробозина придерживается точки зрения, что страхование – «это экономические отношения по защите имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных событий (страховых случаев) за счет денежных фондов, формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов (страховых премий)». [9, с. 353] Созвучно с данной позицией и определение, раскрывающее экономическую сущность страхования, которая «состоит в формировании страховщиком страхового фонда за счет страховых выплат страхователям при наступлении страховых случаев, оговоренных в договоре». [1, с. 150; см. также 10]

Полагаем, что страхование можно определить как особый вид экономической деятельности, связанной с перераспределением риска среди участников страхования (страхователей) и осуществляемый специализированными организациями (страховщиками), обеспечивающими аккумуляцию страховых взносов, формирование страховых резервов и осуществление страховых выплат при наступлении страховых случаев.

Процесс осуществления страховой деятельности и принципы взаимоотношений страхователей и страховщиков регулируются Законом Украины «О страховании», в котором указывается, что объектами страхования могут быть имущественные интересы, не противоречащие законодательству Украины, связанные, во-первых, с жизнью, здоровьем, трудоспособностью и дополнительной пенсией страхователя или застрахованного лица (личное страхование); во-вторых, с владением, пользованием и распоряжением имуществом (имущественное страхование); в-третьих, с возмещением страхователем причиненного им ущерба физическому лицу или его имуществу, а также ущерба, причиненного юридическому лицу (страхование ответственности) [11].

В конечном счете, страхование представляет собой сложную систему экономических отношений, в том числе и в туристической отрасли, включающую совокупность форм и методов как формирования целевых фондов денежных средств, так и их использования на возмещение ущерба при различных рисках, а также на оказание помощи гражданам при наступлении определенных событий в их жизни. Страхование выступает, с одной стороны, средством защиты бизнеса и благосостояния людей, а с другой – видом деятельности, приносящим доход. В частности источниками прибыли страховой организации являются доходы от страховой деятельности, от инвестиций временно свободных средств в объекты материального и нематериального производства, от вложений в акции действующих предприятий, банковские депозиты финансовых организаций и т.п.

Как экономическая категория страхование характеризует особую сферу перераспределительных отношений по поводу формирования и использования целевых фондов денежных средств для защиты имущественных интересов физических и юридических лиц и возмещения им того или иного вида ущерба при наступлении неблагоприятных явлений и событий.

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ТУРИСТИЧЕСКОГО СТРАХОВАНИЯ

Опыт показывает, что число рисков, угрожающих обществу или отдельному человеку, так велико, что страховые фонды неизбежно создаются во всех отраслях народного хозяйства в самых разнообразных организационных формах и служат для реализации определённых целей.

Различают следующие основные организационные формы страховых фондов: во-первых, государственные (фонды социального страхования); во-вторых, фонды самострахования; в-третьих, фонды страховых компаний. При этом самый надёжный способ компенсации ущербов, связанных с рисками, это участие в фондах страховых компаний. Особенность функционирования фондов страховых компаний состоит в том, что они образуются на основе передачи им функций страхования со стороны клиентов, предпочитающих не заниматься самострахованием, а принимать участие в коллективных страховых фондах, управляемых профессионалами. [12].

Страхование туристов - это особый вид страхования, обеспечивающий страховую защиту имущественных интересов граждан во время их туристических поездок, путешествий, шоп-туров и др. Оно относится к рисковому виду страхования, наиболее характерными чертами которых являются кратковременность (не более 6 месяцев) и большая степень неопределённости времени наступления страхового случая и величины возможного ущерба [13, с.153].

Известно, что деятельность предприятий, фирм или граждан – предпринимателей по удовлетворению потребностей клиентов в путешествиях, отдыхе или экскурсиях образует так называемую туристическую услугу. Любая услуга, удовлетворяющая те или иные потребности туристов и оплачиваемая ими, входит в туристический продукт. К таким услугам относятся гостиничные, транспортные, экскурсионные, переводческие, бытовые, коммунальные, посреднические и другие услуги. Представляется, что страхование в туризме следует рассматривать как неотъемлемую часть туристического продукта, гарантирующую предоставление в случае необходимости медицинского обслуживания, выплаты компенсации за пострадавшее или поврежденное имущество туристов или же репатриации.

В нашем государстве необходимость страховой защиты туристов закреплена законодательно. В частности, согласно ст. 16 Закона Украины «О внесении изменений в Закон Украины «О туризме»[14], страхование туристов является обязательным и обеспечивается субъектами туристической деятельности на основе соглашений со страховщиками. При этом наличие договора со страховой компанией об осуществлении обязательного страхования туристов (медицинском и от несчастного случая), совершающих туристические поездки, является необходимым условием получения лицензии на осуществление туроператорской или турагентской деятельности. [15].

По данным Государственной туристской администрации, без учета приграничного обмена и транзитных туристов Украину ежегодно посещают более 5,5 млн. иностранных туристов. В то же время, в связи с наметившимся повышением качества жизни украинских граждан, ежегодно увеличиваются туристские потоки отечественных туристов, как по территории Украины, так и за

границей. Важным моментом в организации и внутреннего, и въездного туризма является обеспечение безопасности посредством туристического страхования. Но если отечественные туристы уже убедились в необходимости страхования во время путешествия за рубежом, то о приобретении страховки на время путешествия по Украине многие пока не задумываются.

Следует также отметить, что хотя иностранные туристы приобретают страховку одновременно с путёвкой на туристическое обслуживание, однако при этом не всегда отправляющая сторона может обеспечить качественную страховую защиту зарубежного туриста, путешествующего по Украине. И все же, несмотря на то, что страхование путешествующих по Украине является новым видом экономической деятельности, тем не менее страховые компании начинают активно работать в этом направлении, обеспечивая и иностранных, и отечественных туристов различными видами туристического страхования. При этом используются два варианта осуществления страхования отдыхающих:

- страховой полис сразу включается в турпакет, формируемый учреждением отдыха или местным туроператором, что позволяет осуществлять страхование путешествующего сразу же с момента покупки турпакета;

- страховой полис не включается в стоимость турпакета, а выписывается и оплачивается отдыхающим непосредственно в момент размещения. Согласно условиям такого варианта, учреждение отдыха должно иметь соответствующий договор-поручение от страховой компании, а также специалиста, который имеет право оформить страховку. Кроме того, в настоящее время, кроме медицинской помощи, страховые компании оказывают туристам юридическую и техническую помощь. [13, с.153]

Для оперативного реагирования на страховые события страховые компании пользуются услугами сервисной службы «Ассистанс», где дежурят опытные врачи, имеющие возможность связаться с лечебными учреждениями и врачами практически в любом месте Украины. Главная цель системы «Ассистанс» - своевременная организация квалифицированной медицинской, технической, юридической, транспортной и другой помощи. «Ассистанс» оснащён средствами связи, регистрации и обработки информации. Крупные страховые компании работают по прямым договорам с медицинскими учреждениями (скорая помощь, больницы, включая детские и инфекционные, госпитали, диагностические центры), расположенными вблизи объектов размещения туристов, с автоэвакуаторами, станциями технического обслуживания, юридическими компаниями для немедленного предоставления необходимой помощи. [13, с.157;6,с.141].

Формулировка целей и задач исследования. Использование в деятельности туристического предприятия механизма страхования туристов позволит, с одной стороны, соблюдать действующее законодательство, а с другой, не только обеспечить стабильное финансовое положение своего предприятия в перспективе, но улучшение качества обслуживания путешествующих по стране и в отдельных её регионах. **Целью** данной статьи и является исследование механизма реализации страхования туристов. Для достижения поставленных целей следует решить **ряд задач:**

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ТУРИСТИЧЕСКОГО СТРАХОВАНИЯ

- обосновать необходимость осуществления страховой защиты туристов;
- провести оценку экономической эффективности осуществления страхования для туристической фирмы;
- определить направления совершенствования страхования туристов как страхового бизнеса в сфере туризма.

Проведенное исследование. В Украине и АР Крым происходит становление туристического предпринимательства. В 2001 году страну посетило 11,9 млн. иностранных граждан. Объем въездного туризма возрос на 31,8% по сравнению с прошлыми годами, стремительно сокращается количество однодневных посетителей. Впервые за последние 5 лет более чем вдвое сократилось число транзитных посещений Украины. Возросла на 5% численность внутренних туристов, путешествовавших по Украине. Услуги по внутреннему туризму предоставлены 6,9 млн. граждан Украины. Число экскурсантов достигло 18,96 млн. чел., что превысило уровень предыдущего года на 7,5% [4, с. 7-10].

В 2003 г. 43,2% граждан Украины, которые выезжали за границу, посетили Турцию. Каждый седьмой турист выезжал в Египет, а каждый одиннадцатый – в Объединённые Арабские Эмираты. Среди иностранцев, которые посетили нашу страну, преобладали граждане (подданные) Российской Федерации, Белоруссии, Турции и Германии. В экскурсиях приняли участие 1,4 млн. человек. [16, с.489].

По данным Министерства курортов и туризма АРК в 2003 г. Крым посетили 570,2 тыс. чел, что на 88 тыс. чел. больше, чем в 2002 г. [16, с 489]. При этом, структура путешествующих сложилась следующим образом:

Таблица 1

Распределение туристов по категориям и целям посещения АРК

	Количество туристов		Темп прироста	Иностранцы		В том числе					
						Темп прироста	Граждане Украины, которые выезжали за границу		Туристы, охваченные внутренним туризмом		Темп прироста
	2002	2003		2002	2003		2002	2003	2002	2003	
Всего обслужено туристов	482,2	570,2	18	161,3	200,6	24,4	1,8	2,1	319,1	367,5	15,1
Цель посещения: служебная, деловая, бизнес-тур, учёба	43,0	56,0	30,2	5,2	10,5	101,9	0,6	0,4	37,2	45,1	21,2
отдых, досуг	291,6	339,5	16,4	109,8	142,2	29,5	1,0	1,5	180,8	195,8	8,3
спортивно-оздоровительный туризм	47,1	37,2	-21	12,6	11,5	-8,7	0,0	0,0	34,5	25,7	-25,5

Продолжение таблицы 1

лечение	61,0	111,5	82,7	19,5	30,0	53,8	-	0,0	41,5	81,5	96,4
другие	39,5	26,0	-34,1	14,2	6,4	-54	0,2	0,2	25,1	19,4	-22,7

В число крупнейших туристических предприятий в АР Крым входит туристическое агентство «Кенеш» ЛТД, которое работает на туристическом рынке с 1996г. и за это время стало одним из активных туроператоров Крыма, работающих со здравницами по прямым договорам и имеющих в них квоту мест: санаторий «Форос», п. Форос; сан. «Сосновая роща» п. Гаспра; пансионат «Глициния», п. Н. Ореанда; пансионаты с лечением «Киев» и «Жемчужина», санаторий «Алушта», пансионат «Крымские зори», база отдыха «Эврика», пансионат «Волга» г. Алушта; пансионат «Россия», г. Евпатория; пансионат «Энергетик», п. Николаевка, пансионат «Львовский железнодорожник», г. Судак. Основная сфера деятельности ТА «Кенеш» - организация индивидуального, семейного, молодёжного, элитного отдыха и лечение в здравницах Крыма, а также экскурсионных туров, семинаров, конференций, оздоровительных и познавательных программ для студентов и школьников.

Особое и очень важное место в деятельности предприятия ТА «Кенеш» ЛТД занимает изучение конкурентов, то есть тех, с кем организации приходится бороться за ресурсы, и прежде всего туристические, которые она стремится получить из внешней среды, для своего существования и развития. Анализ показывает, что основными конкурентами на рынке туристических услуг являются: ООО «Бюро путешествий «Ориент», ЗАО «УСКОРР», ЗАО «Астравел», ООО «КРиСТ», ТФ «САМ», ЗАО «Гамалия». И туристическая фирма вынуждена использовать барьеры на пути вхождения потенциальных конкурентов на крымский рынок туристических услуг, основными из которых являются: углубленная специализация в разработке туров и маршрутов; низкие издержки за счет экономии от большого объема продаж туристического продукта; контроль над каналами распределения и т. д.

С целью обеспечения более стабильной позиции на крымском туристическом рынке ТА «Кенеш» ЛТД сотрудничает с партнёрами, которые с июня 1999 года организовали совместный «Крымский Клуб». В его состав вошли: ТА «Кенеш» ЛТД, г. Симферополь; КП «Ласпи», г. Севастополь; КОЦ «Зоя-Курорт», г. Симферополь; СП «Тур-Этно», г. Севастополь; Туристическая фирма «Ритца», г. Симферополь. В то же время ТА «Кенеш» является: во-первых, членом Крымского отделения Российской Ассоциации Туристических Агентств (РАТА), во-вторых, Регионального Союза Туриндустрии Крыма, и, в-третьих, ТА «Кенеш» - член Клуба туристического страхования (Travel Insurance Club).

Успешному осуществлению планирования процесса реализации туристических услуг в ТА «Кенеш» ЛТД способствует проводимая маркетинговая работа по изучению рынка туруслуг, в частности: мониторинг в здравницах; изучение спроса посредством Интернет; изучение и всесторонний анализ предложений и ценовой политики туристических агентств-конкурентов, участие в различных ярмарках по

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ТУРИСТИЧЕСКОГО СТРАХОВАНИЯ

продаже туристических услуг; ежегодное проведение рекламного тура перед началом курортного сезона. Отмечая высокую эффективность осуществления подобных мероприятий, следует выделить ряд основных положительных моментов проведения рекламных туров: во-первых, установление личного контакта с партнёрами; во-вторых, возможность как наглядного представления плюсов и минусов каждого участника данных туров, так и формирования у менеджеров наглядного представления о реализуемом туристическом продукте; в третьих, формирование общего представления о крымском курорте и его отдельных регионах, специализирующихся на реализации тех или иных видов туристических услуг.

Известно, что особое место в организации туристического бизнеса занимает сегментация покупателей туристического продукта. В ходе организации маркетинговых исследований в ТА «Кенеш» были выделены сегменты в зависимости от следующих критериев: во-первых, по географическому признаку – это туристы Украины, России, Беларуси; во-вторых, в зависимости от уровня дохода: имеющих высокий, средний или низкий уровень; в-третьих, по возрастному критерию: дети, молодежь, в т.ч. студенты, взрослые и пожилые люди. В итоге проведенной сегментации потребителей туристического продукта ТА «Кенеш» ЛТД были получены четыре сегмента, данные о которых представлены в таблице 2:

Таблица 2

Характеристика сегментов рынка туруслуг ТА «Кенеш»

Сегмент рынка турпродукта	Основные потребности данных групп покупателей	Дескрипторы, с помощью которых турфирма описывает сегмент
российские потребители	1) качество обслуживания и уровень сервиса; 2) инфраструктура; 3) разнообразие и качество питания; 4) цена; 5) индустрия развлечений; 6) безопасность	«требовательные ценители отдыха с комфортом»
украинские потребители	цена качество обслуживания и уровень сервиса питание безопасность	«качественно, но недорого»
молодёжь, в т.ч. студенты	цена индустрия развлечений безопасность питание	«максимум развлечений за невысокую цену»
дети	безопасность инфраструктура (детские площадки, благоустроенные пляжи) экскурсионная программа питание (овощи, фрукты)	«требующие повышенного внимания»

Анализ данных таблицы 2 показывает, что у всех четырёх сегментов потребителей туристического продукта ТА «Кенеш» ЛТД отмечена потребность в обеспечении безопасности во время отдыха. Однако у каждого сегмента - свои требования к страховой защите, о чем свидетельствует занимаемое место данной потребности в иерархии услуг комплексного туристического продукта фирмы: последнее -- у российских и украинских потребителей; предпоследнее у молодёжи, в частности, студентов, и первое - у самых маленьких – детей

Другой стороной сегментирования является во-первых всестороннее изучение рыночной ситуации, в которой работает компания; и во-вторых оценка типов возможностей и угроз, с которыми она может столкнуться. Данное исследование было проведено на основе SWOT-анализа и его результаты нашли отражение в таблице 3:

Таблица 3

Характеристика рыночных возможностей ТА «Кенеш» ЛТД

Сильные стороны: - большой опыт работы на крымском рынке; - собственная квота мест в лучших крымских здравницах; - долгосрочное сотрудничество с поставщиками; - опыт в разработке индивидуальных туров и маршрутов; - высокая квалификация персонала; - использование новейших информационных систем; - стабильные цены.	Слабые стороны: -необходимость привлечения экскурсоводов при отсутствии собственных; -недостаточно налаженные связи по бронированию билетов; -отсутствие собственного транспортного парка; -отсутствие собственных объектов размещения; -повышение незащищенности туриста во время путешествия.
Возможности: - повышение общего уровня жизни; - возможность сотрудничества с частными объектами размещения, вследствие легализации деятельности частных пансионатов, гостиниц, мотелей; - тесное сотрудничество: Украина – Россия; Украина-Белоруссия; - обеспечение безопасности туриста посредством страхования	Угрозы: - угроза со стороны конкурентов, предлагающих услугу-заменитель: отдых за рубежом (Египет, Турция, Кипр и т.д.); - конкуренция со стороны других туристических фирм; - конкуренция фирм, специализирующихся на детском, молодежном отдыхе; - межнациональные конфликты в Украине, Крыму; - политическая нестабильность в мире; - сезонность туризма; - введение визового режима со странами СНГ.

Анализ рыночных возможностей свидетельствует, что одной из слабых сторон фирмы является незащищённость туриста, и это на данный момент является очень

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ТУРИСТИЧЕСКОГО СТРАХОВАНИЯ

серьёзной проблемой для организации. С одной стороны, у всех сегментов потребителей турпродукта ТА «Кенеш» ЛТД отмечена потребность в обеспечении безопасности во время отдыха, а с другой - предприятие ежегодно несёт значительные расходы по возникающим страховым случаям. Представляется, что одним из оптимальных путей решения данной проблемы является страхование рисков, связанных с жизнью и здоровьем туристов.

Одним из методологических подходов к решению возникшей проблемы является проведение углублённого SWOT-анализа, который позволяет всесторонне изучить и оценить значение туристического страхования для фирмы.

Таблица 4

SWOT – анализ проблемы безопасности туристов ТА «Кенеш» ЛТД

Сильные стороны: • большой опыт работы на крымском рынке, высокие финансовые результаты деятельности	Слабые стороны: • незащищённость туриста во время путешествия
Возможности: • обеспечение безопасности туриста посредством страхования	Угрозы: • угроза потери туроператорской лицензии при отсутствии страховых полисов у туристов

Итак, высокие финансовые возможности, опыт работы на туристическом рынке расширяют спектр выбора фирмы относительно страховой компании. Что же касается угроз и возможностей, то страхование - это с одной стороны – объективно необходимо, поскольку существует угроза потери лицензии, а с другой – это особый способ обеспечения защиты туриста, которая очень необходима как ему, так и туристической фирме. В обоих случаях страхование – это экономический метод управления финансовой устойчивостью и покупателя, и продавца туристического продукта.

Представляется, что методическим приемом решения возникшей проблемы является разработка стратегии введения системы туристического страхования с последовательным расширением страхуемых рисков: таблица 5.

Таблица 5

Этапы введения системы страхования на туристической фирме

ЭТАП 1	Медицинское страхование и страхование от несчастного случая
ЭТАП 2	Страхование гражданской ответственности
ЭТАП 3	Страхование багажа
ЭТАП 4	Страхование расходов из-за невозможности совершить поездку и др.

Практика развития туристического страхования свидетельствует, что перечень страхуемых рисков может расширяться в ходе оказания страховых услуг. Однако на

первом этапе в первую очередь всё же должно осуществляться медицинское страхование и страхование от несчастного случая.

На наш взгляд, в процессе разработки механизма реализации страхования туристов необходимо учитывать ряд объективных моментов. Прежде всего, следует определить участников страховых отношений. В данном случае это: во-первых, турист (страхователь); во-вторых, страховая компания; в-третьих, туристическая фирма; в-четвёртых, медицинское учреждение.

Затем, при введении системы страхования в действие следует уточнить: на кого она будет рассчитана, и кто будет проводить страховую защиту. А поскольку каждый выделенный сегмент страхователей имеет присущие только ему особенности, то в связи с этим возможны и различные требования к обеспечению страховой защиты. Например, согласно украинского законодательства, российские туристы без наличия страхового полиса не имеют права пересекать границу. При этом, как правило, российские турфирмы обеспечивают отечественных туристов российскими страховыми полисами. Однако как показывает практика, поскольку российские полисы в Украине не работают, а система предоставления страховых услуг не отработана, то чаще всего используется компенсационная схема страхования. Представляется, что алгоритм механизма реализации страхования туристов будет выглядеть следующим образом (Рис. 1)

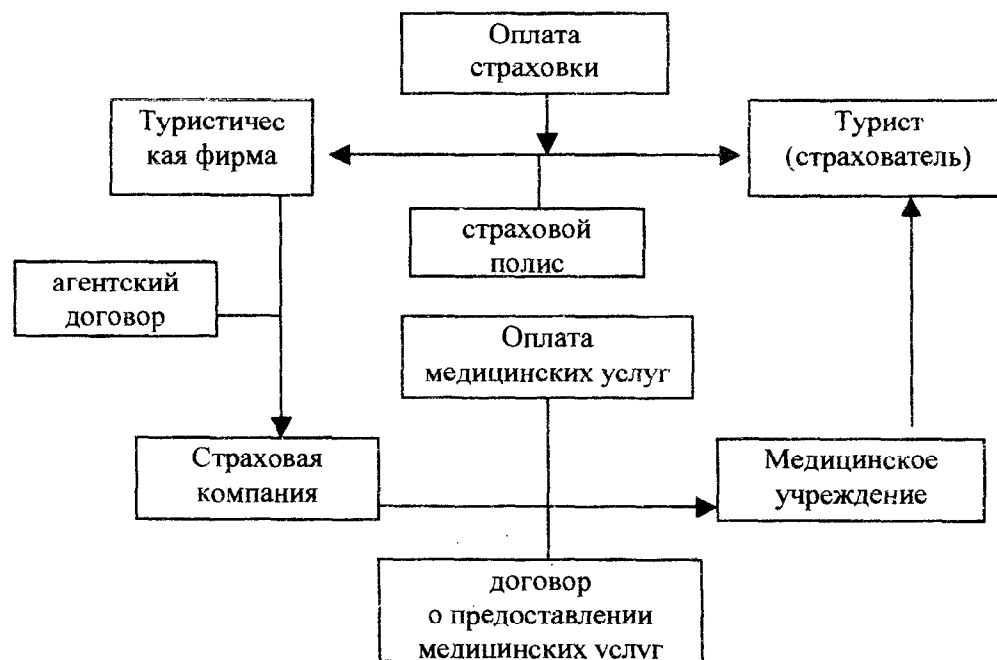


Рис 1. Алгоритм механизма реализации страхования туристов

Как правило, туристы в возрасте от 17 до 22 лет предпочитают активные виды отдыха (горные лыжи, дайвинг, дельтапланеризм и т. д.). Поэтому при

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ТУРИСТИЧЕСКОГО СТРАХОВАНИЯ

предоставлении страховой защиты данному сегменту потребителей туристических услуг следует учитывать фактор повышенного риска, что будет сказываться на страховом тарифе.

Сегмент потребителей, требующий особого внимания, - это дети. Специфика работы с детьми предполагает повышенные требования к обеспечению их безопасности. Как показывает практика ни один сезон не обходится без возникновения 1-2 травм или отравления в результате несчастного случая, самые безобидные детские занятия могут привести к травматизму ребенка или к его гибели.

Итак, согласно действующего законодательства Украины, страхование туристов (медицинское и от несчастного случая) является обязательным и обеспечивается субъектами туристической деятельности на основе соглашений со страховщиками. При этом туристы в праве самостоятельно составлять договоры на такое страхование. Процесс же реализации страхования предполагает осуществление ряда последовательных мероприятий: во-первых поиск надежной страховой компании. Основные критерии при выборе надежной страховой компании: 1) наличие лицензии Министерства финансов Украины на право осуществления медицинского страхования и страхования от несчастных случаев; 2) наличие уплаченного уставного фонда; 3) положительный имидж на страховом рынке; 4) наличие опыта работы в страховании путешественников по Украине; 5) опыт урегулирования страховых случаев и уровень выплат страховых сумм; 6) наличие соответствующей инфраструктуры (региональных представительств), собственного офиса и каналов связи; 7) наличие прямых договоров с медицинскими и иными учреждениями, расположенными в непосредственной близости к санаториям, пансионатам и базам отдыха, в которых будут отдыхать туристы; 8) наличие системы «Ассистанс».

Во-вторых, заключение договора со страховой компанией, согласно которого туристическая фирма выступает агентом данной страховой компании. При этом страховая компания на основании Закона Украины «О страховании», Закона Украины «О туризме», лицензий Министерства финансов Украины, Правил и Условий страхования берет на себя обязательства обеспечить страхование туристов в соответствии с заключенными агентом (туристической фирмой) договорами страхования.

В-третьих, обучение персонала; в-четвёртых, наличие специальных компьютерных программ, с помощью которых полис страхования заполняется в туристической компании автоматически; в-пятых, выбор наиболее приемлемого варианта страхового полиса

Как правило, страховой полис путешественников по Украине, предлагаемый в настоящее время страховыми компаниями, - это комплексная страховая услуга и содержит в себе две программы: 1) страхование медицинских затрат; 2) страхование от несчастного случая. В рамках той или иной программы туристу должны быть возмещены расходы на соответствующую медицинскую помощь и сопутствующие услуги, в числе которых могут быть: транспортирование потерпевшего к месту оказания помощи; медицинское обследование; амбулаторное лечение;

транспортирование Застрахованного лица к месту постоянного проживания; лечение в стационаре; неотложная операция; интенсивная терапия; неотложная стоматологическая помощь; неотложная родовспомогательная помощь; оплата лекарств; прокат протезов, костылей, инвалидных колясок и т. п., а также другие услуги: возвращение детей, которые остались без ухода взрослых или же репатриация тела. При этом, с одной стороны, турист должен быть застрахован на весь период туристического путешествия, а с другой, - полис должен иметь достаточный лимит страхового покрытия.

Кроме того, согласно действующего законодательства, по требованию туриста туроператор или турагент обеспечивают страхование других рисков, связанных с осуществлением путешествия. В частности это могут быть: страхование гражданской ответственности; страхование багажа; страхование расходов из-за невозможности совершить поездку. Возмещению также подлежат расходы на приобретение путевки, покупку железнодорожных и авиабилетов, причем обязательно при наличии документов, подтверждающих подобного рода затраты.

На наш взгляд, при проведении экономической оценки эффективности реализации страхования туристов следует учитывать тот факт, что страхование туристов приводит как положительным, так и к отрицательным последствиям для туристического предприятия, которые можно представить в виде дерева последствий (рис. 2).

Представляется, что дерево последствий позволяет классифицировать положительные и отрицательные последствия, во-первых, как явные, то есть это ярко выраженные последствия, которые можно оценить по факту в любых условиях; во-вторых, возможные, которые могут проявлять только при наличии определенных условий; в-третьих, характеризующиеся как такие, которые в условиях неопределенности внешней среды могут проявляться спонтанно.

Дерево последствий является основой для формирования модели последствий страхования:

$$ЭС = \sum_{i=1}^n (x_{яп} i_{яп} - y_{яп} j_{яп}) + \sum_{i=1}^n (x_{вп} i_{вп} - y_{вп} j_{вп}) + \sum_{i=1}^n (x_{сп} i_{сп} - y_{сп} j_{сп})$$

где ЭС - эффект страхования;

x - проявление положительных последствий;

y - проявление отрицательных последствий;

x = [0;1], y=[0;1], 0 – следствие не проявляется, 1 – следствие проявляется, i – индикатор проявления положительного последствия; j – индикатор проявления отрицательного последствия; n – количество последствий.

Количественная оценка эффекта страхования определяется как сумма трех слагаемых разницы положительных и отрицательных явных, возможных и скрытых последствий. Для определения эффекта страхования предлагаются следующие критерии:

1) все слагаемые положительные (+1;+2;+3) - эффект страхования положительный;

2) если слагаемое "явные последствия" отрицательное, а два других положительные (-1;+2;+3) - эффект страхования отрицательный;

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ТУРИСТИЧЕСКОГО СТРАХОВАНИЯ

- 3) слагаемое "явные последствия" положительное независимо от двух других (+1;-2;-3), то эффект положительный;
4) все слагаемые отрицательные - эффект отрицательный.

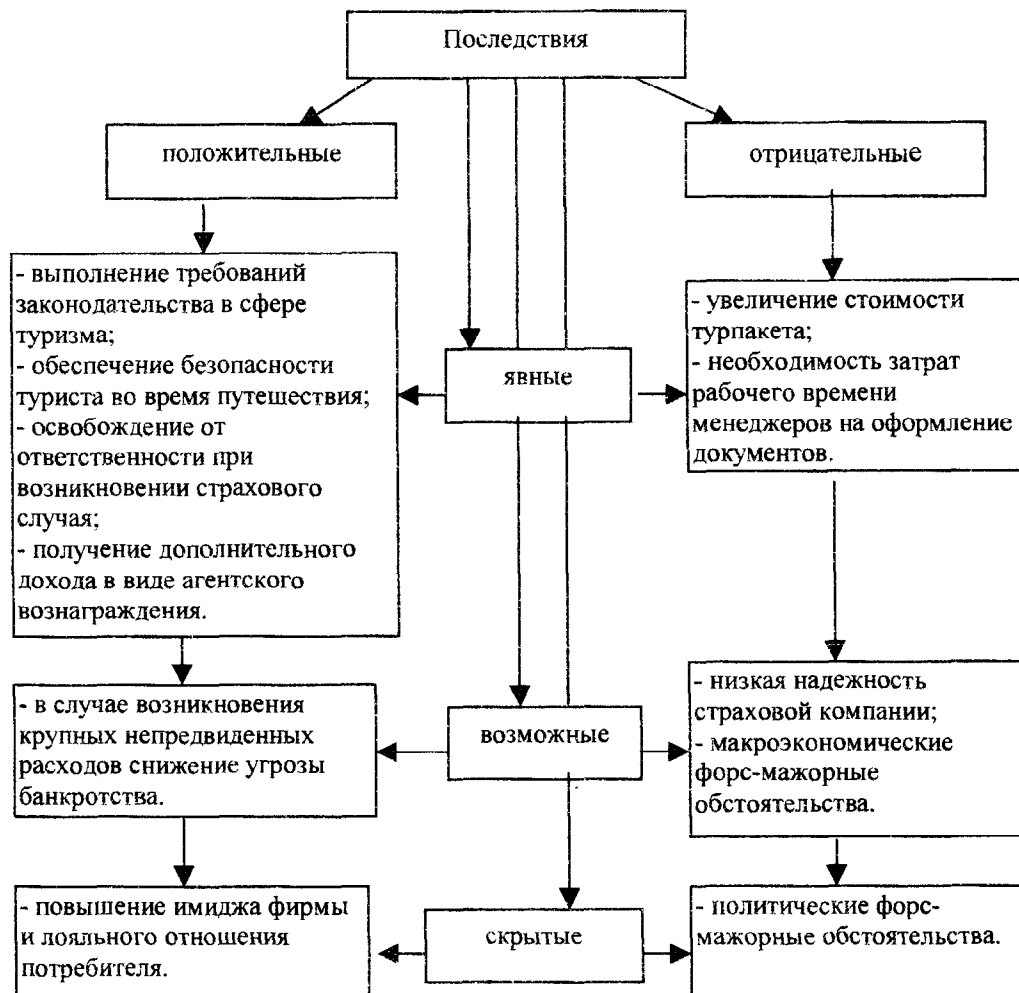


Рис. 2. Дерево последствий проведения страхования туристов

Эффект страхования можно оценивать в пределах $-\infty; 0; +\infty$. Предел бесконечности регламентируется самим предприятием. Если $ЭС \geq 0$, то эффект страхования положительный; если же $ЭС < 0$ - эффект страхования отрицательный.

Допустим индикатор последствий будем оценивать по 100-балльной шкале, 60 баллов приходится на явные последствия (как определяющие), возможные и скрытые последствия оцениваются по 20 баллов. При этом явные последствия будут распределяться равномерно. Если, например, выявлено четыре положительных

явных последствия, тогда индикатор одного последствия будет равен 15 (60/4) баллов. Следовательно, при четырех положительных и двух отрицательных последствиях эффект будет равен +30 (4* 15-2* 15) баллов.

Следует иметь в виду, что проявление возможных и скрытых последствий для каждого туристического предприятия индивидуально, и предприятие может оценивать уровень их проявления равномерно или же ранжировать по важности. Если, например, при оценке возможных последствий проявились одно положительное и одно отрицательное последствия, причем важность положительного последствия оценивается в 15 баллов, а отрицательного - в 10 баллов, то сумма возможных последствий равна -5 (15-2*10) баллов. Если же при оценке скрытых последствий было получено одно положительное и одно отрицательное последствия, тогда важность и положительного, и отрицательного последствий оценивается в 15 баллов. Следовательно, сумма скрытых последствий равна 0 (15-15) баллов. В целом, эффект страхования по уровню индикаторов проявленных последствий равен +25 баллам:

$$\text{ЭС} = (60-30)+(15-20)+(15-15) = +25$$

Итак, результат установлен как положительный, следовательно, мы можем рекомендовать предприятию страховать туристов, что позволит с одной стороны, защитить туриста, а с другой - освободить турфирму от ответственности при возникновении страховых случаев.

Следующим этапом методики оценки эффекта страхования является применение метода построения дерева решений [6, с. 53] (рис. 3.). Данный прием позволяет количественно оценить возможные альтернативы с учетом вероятности возникновения страховых событий.

В данном случае рассматриваются две альтернативы туристической фирмы: страховать и не страховать. При первой альтернативе туристическая фирма включает стоимость страховки в стоимость турпакета и страховой платеж оплачивается самим туристом. В нашем примере, страховой платеж для одного человека в сутки равен 1 гривне, длительность поездки 12 дней, размер страхового платежа составит 12 гривен и стоимость данной страховки турист оплачивает самостоятельно.

Вторая альтернатива - не обеспечивать туриста страховым полисом, при этом страховой случай может возникнуть, а может и не случиться.

Рассчитаем значение убытка (узел 3) туристической фирмы в том случае, если страховой случай произойдет, а турист не будет застрахован.

$$\text{Узел 3} = 10 \text{ тыс. грн.} * 0,1 + 2 \text{ тыс. грн.} * 0,25 + 100 \text{ грн.} * 0,65 = 1565 \text{ грн.}$$

При вероятности того, что страховой случай не произойдет (0,5), а турист не застрахован, то расходы туристической фирмы будут равны 0. В то же время, даже если страхование не будет осуществлено, все же расходы туристической фирмы составят:

$$\text{Узел 2} = 1565 * 0,5 + 0 * 0,5 = 782,5 \text{ грн.}$$

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ТУРИСТИЧЕСКОГО СТРАХОВАНИЯ

1 чел. * 12 дней * 1 грн. = 12 грн.

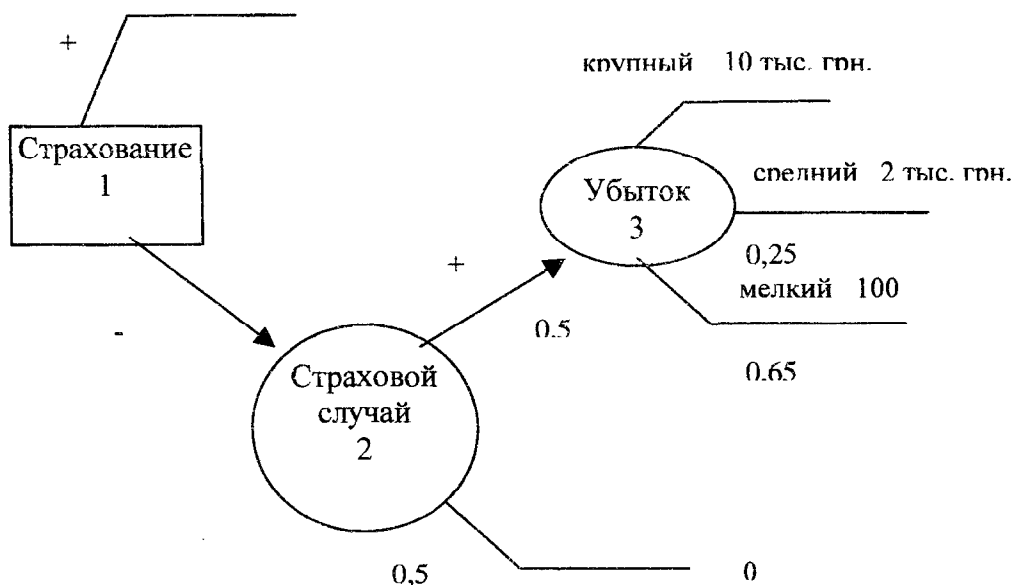


Рис. 3. Дерево решений оценки эффекта страхования туристической фирмой

В целом результаты построения Дерева решений оценки эффективности страхования, в котором отражены расходы туристической фирмы, могут быть представлены следующим образом:

1 альтернатива - осуществлять страхование - 12 грн.

2 альтернатива - не осуществлять страхование - 782,5 грн.

Следовательно, убытки, которые может понести туристическая фирма в случае возникновения страхового случая, в 65 раз превышают расходы туристической фирмы по оформлению страховки.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

Туристическое страхование — это особый вид страхования в рыночной экономике, обеспечивающий страховую защиту путешествующих отечественных и иностранных граждан при наступлении страхового случая.

Формой реализации туристического страхования является комплексная страховая услуга как сущностная составляющая туристического продукта. Материальной основой её предоставления оказывается страховой полис.

Механизм реализации страховой защиты в туристическом бизнесе функционирует как алгоритм последовательных управленческих действий, позволяющих на основе соблюдения законодательства Украины, с одной стороны, обеспечивать качественное обслуживание туристов, а с другой — повышать социально-экономическую эффективность предпринимательской деятельности в сфере туризма посредством организации туристического страхования.

Для проведения оценки экономической эффективности осуществления страхования в туристической фирме необходимо использовать, во-первых, метод построения «дерева последствий» проведения страхования туристов по результатам проводимых маркетинговых исследований на фирме с помощью SWOT-анализа; во-вторых, математическую модель последствий страхования; в-третьих, метод построения «дерева решений» оценки возможных альтернатив реализации страхования для туристической фирмы. Данная методика позволяет выявить размеры предполагаемой прибыли или убытков вследствие организации страхования в туризме не только для отдельной фирмы, но и для отрасли в целом в региональном разрезе и по стране в целом.

Перспективным направлением дальнейших исследований в данной области является изучение перспектив использования международного законодательства в сфере организации туристического страхования, особенно под влиянием интеграционных процессов Украины в ЕС, глобализации и экологизации туризма.

Список литературы

1. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2001.-с. 149-150.
2. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма: Учебное пособие. - М.: Издательство РДЛ, 2003. - с.7-8.
3. Хартия туризма. Резолюция 38/146, принятая Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций на XXXVIII сессии 19 декабря 1983 г.
4. Левковская Л., Чабан Р., Мушин Г. Состояние и перспективы развития туризма и гостиничного бизнеса в Украине// Экономика Украины -2003. №6. с. 31; см. также Туризм в Україні. Статистичний бюлетень. К., 2002, 51 с.; Stutts A.T. Hotel and Lodging Management: An Introduction. USA, 2001, 350с.
5. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 320 с.
6. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учеб. пос. - М.: Финансы и статистика, 2003. - с. 138.
7. Заруба О.Д. Основы страхования: Посібник. - К.: УФІМБ, 1995. - с.6.
8. Воробьев Ю.Н. Финансовый менеджмент: Учеб. пос. Кн. 1. - Симферополь, Таврия, 1998, - с.22-23.
9. Финансы: Учебник для вузов./ Под ред. проф. Л.А. Дробозиной. - М.: ЮНИТИ, 2002. - с. 353.
10. Гвозденко А.А. Основы страхования: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 304 с.
11. Закон Украины «О страховании».
12. Организация туризма: Учебн. Пос. / А.П. Дурович, Н.И. Кабушкин, Т.М. Сергеева и др.; Под общ. ред. Н.И.Кабушкина и др. - Мн.: Новое знание, 2003. - 632 с.
13. Менеджмент туризма. Туризм и отраслевые системы: Учебник. / Под. ред. В.А. Квартального, И.В. Зорина и др. - М.: Финансы и статистика, 2001. - с 153.
14. Закон Украины «О туризме»; Закон Украины «О внесении изменений в Закон Украины «О туризме».
15. Прирянчук И. Лицензирование туристической деятельности: комментарии юриста// Новости турбизнеса. - 2004. №6.
16. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2003 рік. Т.1. - Симферополь - 2004. - с.489.

Поступило в редакцию 25.11.2004 г.