

Шифр «Туристичне страхування»

**СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ РИНКУ СТРАХУВАННЯ
ПОСЛУГ, ПОВ'ЯЗАНИХ З ТУРИСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ**

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ ПОСЛУГ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	4
1.1. Теоретичні та практичні засади здійснення туристичної діяльності	4
1.2. Основні принципи і положення туристичної діяльності	8
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ ПОСЛУГ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	12
2.1. Оцінка сучасного стану та перспектив функціонування ринку страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю в Україні.....	12
2.2. Основні засади побудови механізму страхування туристичних послуг ...	16
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ УДОСКОНАЛЕННЯ РИНКУ СТРАХУВАННЯ ПОСЛУГ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	21
3.1. Впровадження та розвиток моделі «фінансового супермаркету»	21
3.2. Напрямки підвищення ефективності державного впливу на розвиток страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю	25
ВИСНОВКИ.....	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	31

Вступ

Туристичне страхування на сьогоднішній день користується попитом, адже за останній рік спостерігається тенденція збільшення кількості громадян, які подорожують, виїжджаючи за кордон. Причина такого росту у сфері туризму в першу чергу пов'язана із зміною способу життя вітчизняних громадян, значним збільшенням кількості закордонних поїздок і прийняттям безвізового режиму. На тлі загального зростання ринків фінансових послуг аналіз сучасних тенденцій та виявлення причин специфічної динаміки страхування у сфері туризму набуває особливої актуальності.

Теоретичні та прикладні аспекти функціонування страхового ринку та організації туристичної діяльності відображено у роботах вітчизняних і зарубіжних дослідників, серед яких: В. Д. Базилевич, Н. М. Внукова, О. О. Гаманкова, О. А. Гвозденко, О. М. Грабчук, О. М. Залетов, В. М. Згоняйко, О. В. Козьменко, С. Н. Козьменко, А. В. Кошляк, Г. В. Кравчук, О. В. Кузьменко, Д. А. Кучин, Л. Н. І. Машина, М. В. Мних, Л. В. Нечипорук, С. С. Осадець, О. О. Охріменко, С. В. Сокол, В. В. Тринчук, Л. П. Шматько, Т. А. Федорова та інших. Однак на сьогодні актуальним залишається питання щодо конкретизації видів страхових послуг у туристичній діяльності, розробки механізму їх надання, формуванням засад щодо визначення тарифу на послуги страхування туристичної діяльності, визначення нових тенденцій та перспективних напрямів розвитку вітчизняного ринку туристичних страхових послуг, що зумовлює актуальність даного дослідження, підкреслює його теоретичну і практичну значимість.

Об'єктом дослідження є економічні відносини між страховиками, страхувальниками, асистанс – компаніями, банками та органами державної влади, що виникають у процесі страхування послуг, пов'язаних із страховою діяльністю.

Предметом дослідження є теоретичні аспекти, науково-методичні засади та практичні рекомендації щодо розвитку сфери страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ ПОСЛУГ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Теоретичні та практичні засади здійснення туристичної діяльності

Туристична галузь є однією з найбільш перспективних у світовій економіці, адже забезпечує суттєве зростання доходної частини бюджету країни, сприяє збільшенню валютних надходжень, активізує інвестиційну діяльність, впливає на створення нових робочих місць, а також забезпечує культурне та історичне відтворення суспільства.

Паралельно з цим, зазначимо, що туристична діяльність не може існувати самотійно, так як об'єднує у собі різні сфери діяльності, а саме організаторів туризму, перевізників, готелі й інші підприємства системи розміщення туристів, підприємства громадського харчування, заклади системи розваг, суб'єктів банківської сфери і страхового бізнесу тощо.

Враховуючи норми вітчизняного законодавства важливо зазначити, що згідно статті 1 Закону України «Про туризм» поняття туризму визначається як «...тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [19]. Тому ряд вчених, які під туризмом розглядають діяльність з обслуговування туристів, ототожнюють досліджуване поняття з туристичною діяльністю. Тобто, на основі представлених визначень справедливо зауважити, що туризм характеризується двома основними ознаками: 1) виїзд із основного місця перебування; 2) у будь-яких цілях, окрім діяльності, що передбачає отримання доходу із джерел місця перебування.

Законодавчо визначено різновиди туризму залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі, їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак, які подані на рисунку 1.1.

Організацію подорожей туристів забезпечує туристична діяльність. На сьогоднішній день не має чіткого правового визначення поняття «туристична

діяльність», хоча воно досить часто використовується у законодавстві України, у практичній та науковій діяльності.

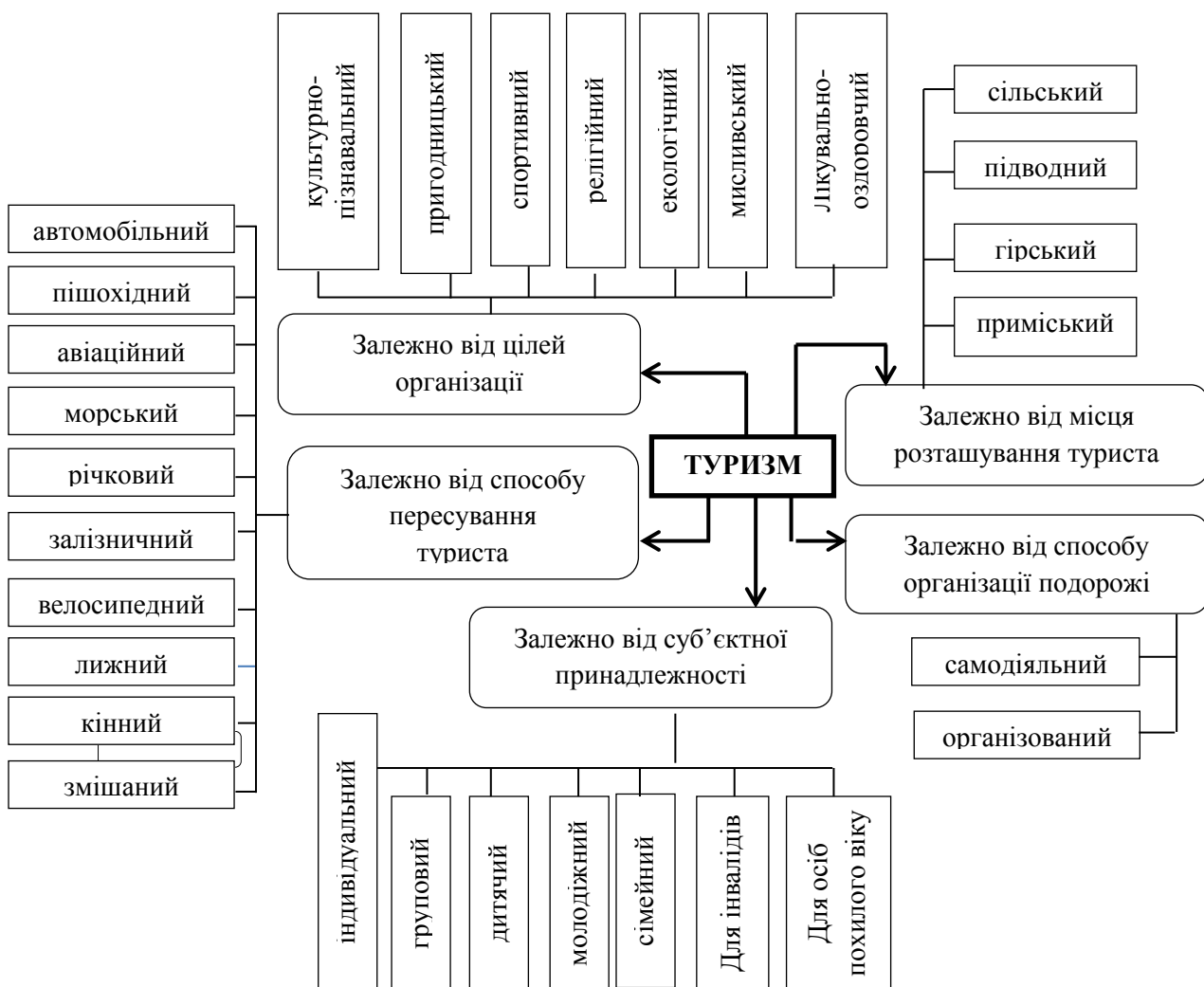


Рисунок 1.1 Систематизація видів туризму

Більшість науковців, зокрема Л. Ю. Красавцева [13], О. О. Любіцева [14], О. В. Головащенко [6] розглядають туристичну діяльність як певний вид діяльності, а саме господарської; виробничообслуговуючої; підприємницької; турагенської, туроператорської та іншої, не вказуючи на обсяг повноважень, покладених на суб'єктів господарювання.

У рамках дослідження під туристичною діяльністю доцільно розуміти певний вид економічної діяльності у сфері допоміжного обслуговування, що представляє собою комплекс послуг з організації подорожі, перевезення та розміщення туристів, а також забезпечення їх харчуванням, проживанням та організацією відвідувань різноманітних туристичних об'єктів (рисунок 1.2).

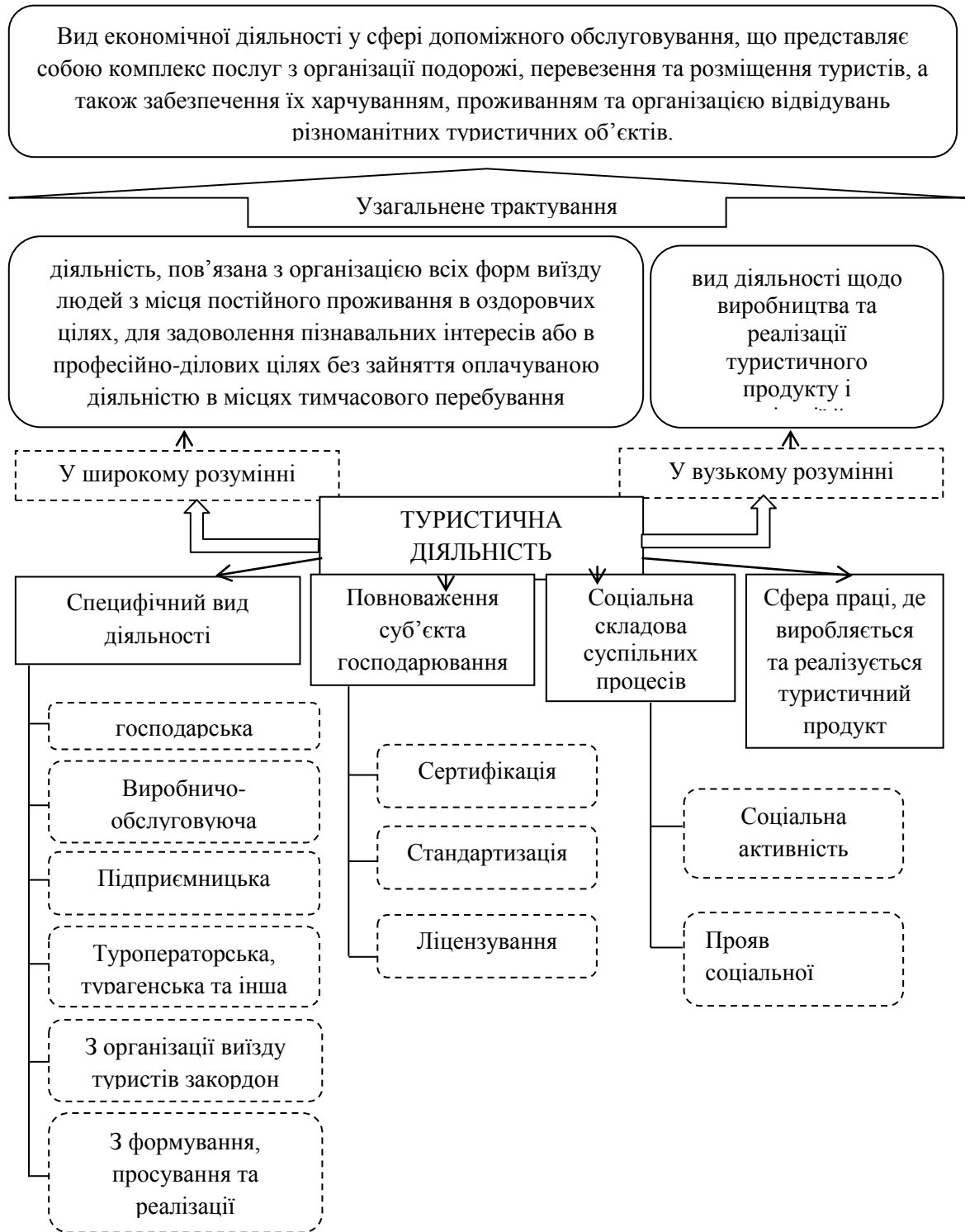


Рисунок 1.2 Систематизація підходів до визначення сутності туристичної діяльності

Як будь-який вид господарської діяльності, туристична діяльність спрямована на створення і реалізацію продукції, надання послуг на платній основі. Туристична послуга – це виробнича діяльність підприємств туристичної індустрії, яка задовольняє потреби споживачів. Поряд з цим саме пакет послуг

називають туристичним продуктом. Суттєвою різницею між туристичним продуктом і туристичною послугою є те, що остання не існує до моменту її надання і може бути використана лише у місці створення. При цьому туристичний продукт може бути придбаний у будь-якому місці, але використаний лише у місці виробництва туристичних послуг. Тобто придбавши туристичну путівку, споживач отримує товар, що є лише можливістю отримання ряду послуг.

Туристичний продукт має як споживчу цінність, так і цінову вартість. На сьогоднішній день відсутні нормативні документи, які вміщують у собі рекомендації щодо обліку витрат суб'єктів туристичної діяльності.

Отже, на практиці кожен туроператор самостійно вирішує порядок визначення собівартості тур продукту, в якій основними витратами на створення туристичного продукту є: – отримання у сторонніх організацій послуг з розміщення та проживання туристів, перевезення, харчування, екскурсійне та медичне обслуговування, страхування, а також ряд подібних витрат; – діяльність виробничого персоналу; – діяльність підрозділів турфірми, що беруть участь у виробництві турпродукту (готелі, будинки відпочинку, кемпінги, спортивні споруди, спеціальний туристичний транспорт тощо); – діяльність турагенств як підрозділів туроператора; – здійснення реклами та інше.

На сьогодні туристична галузь має прямий та опосередкований вплив на підприємства економіки регіону, стимулює розвиток малого та середнього підприємництва, таких секторів економіки, як транспорт, будівництво, торгівля, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку. Щорічно збільшується кількість туристів, і тому суб'єкти туристичної діяльності проводять дослідження очікувань та прагнень споживачів на ринку, результати яких дають можливість сформуванню найбільш оптимальний для туристів пакет послуг.

1.2. Основні принципи і положення туристичної діяльності

Сучасний ринок страхування характеризується наданням широкого асортименту страхових послуг, що охоплюють різні галузі економіки, у тому числі й туристичну галузь. Використання принципів страхування у туризмі є складовою частиною при формуванні комплексного пакету туристичної послуги, так як за своєю економічною природою дана галузь несе за собою різноманітні страхові ризики.

Крім того, на діяльність суб'єктів туристичної галузі значною мірою впливають різноманітні деструктивні фактори зовнішнього середовища, що зумовлює настання несприятливих подій не тільки для туристів, а й для самого туроператора чи туристичної агенції.

Досліджуючи питання страхування у туризмі, першочергово необхідно розглянути сутність поняття «страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю» і визначити основних учасників, відносно інтересів яких здійснюється захист майнових інтересів.

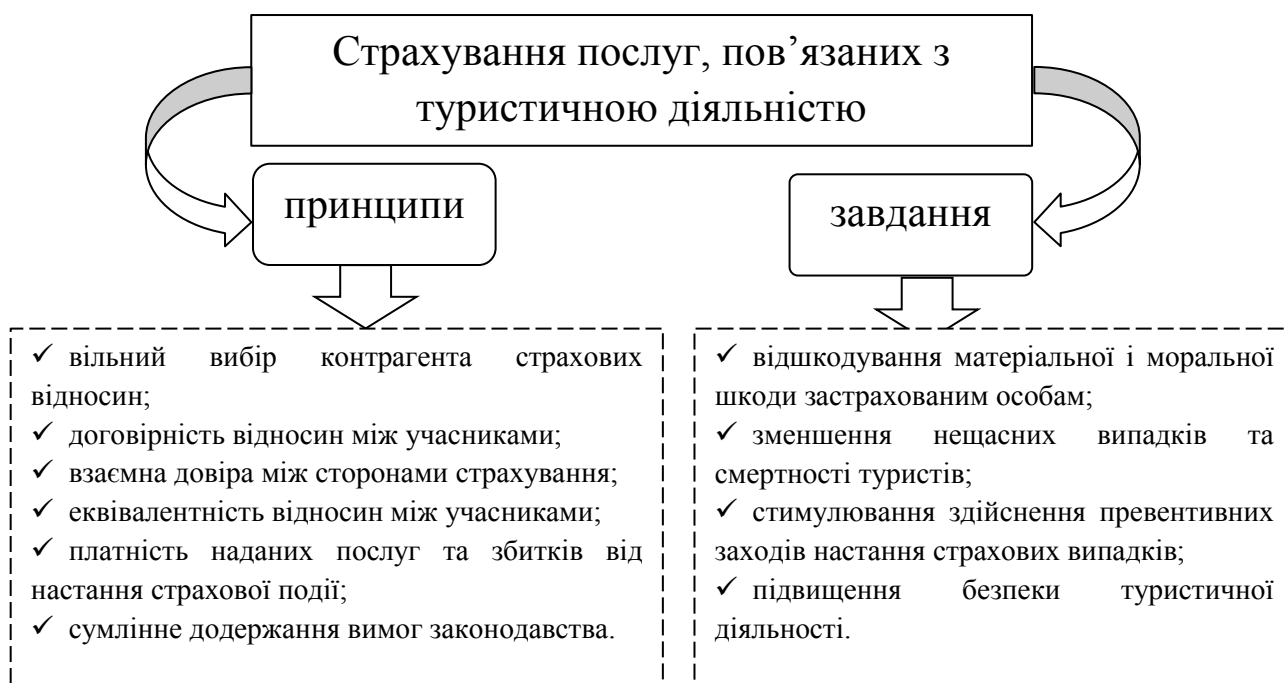


Рисунок 1.3. Принципи та завдання страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю

Таким чином, можемо визначити, що страхування послуг, пов'язаних з туристичної діяльності (СПТД) – це система цивільноправових та фінансово-економічних відносин між страховиками, страхувальниками та асистанс – компаніями (за умови міжнародного туризму), які виникають під час реалізації туристичного продукту щодо гарантування безпеки та захисту майнових інтересів споживачів туристичних послуг та інфраструктурних учасників, а також забезпечення стабільного функціонування компаній, що здійснюють туристичну діяльність, у випадку настання непередбачуваних подій різного походження.

Туристична діяльність за своєю економічною сутністю характеризується високим ступенем ризикованості. Ризики, які супроводжують туристів та суб'єктів туристичної діяльності можуть бути різноманітними (рисунок 1.4).

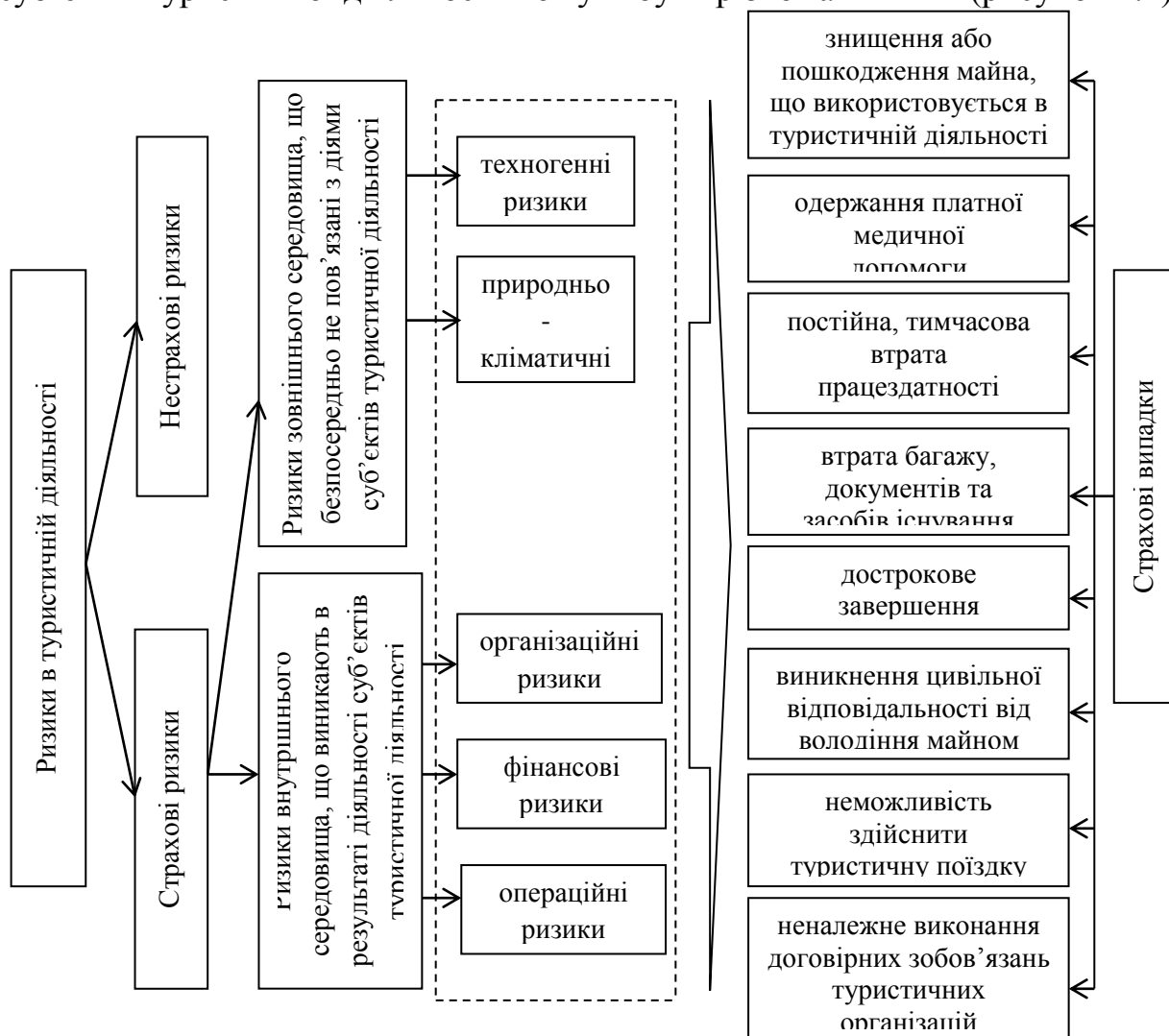


Рисунок 1.4 Взаємодія ризиків та можливих страхових випадків у туристичній індустрії

З точки зору організації страхового захисту доцільно розмежовувати основні ризики внутрішнього та зовнішнього середовища та їх взаємозв'язок з можливими страховими випадками у процесі діяльності суб'єктів туристичної діяльності.

На даний час існує дві форми страхового обслуговування туристів:

– компенсаційна, при якій турист оплачує послуги, а після повернення отримує кошти від страхової компанії;

– сервісне страхування (асистанс), при якому суб'єкти, що надають відповідну підтримку туристу у разі виникнення страхового випадку (медичний заклад, юридична служба) зв'язується безпосередньо зі страховою компанією.

Асистанс являє собою перелік послуг, визначених в межах укладеного страхового полісу, які надаються у разі настання страхового випадку у грошовій чи натуральній формі при медичному, технічному чи фінансовому сприянні. Використовуючи асистанс, страхувальник вправі самостійно обрати програму страхування, яка буде відрізнятися відповідним наповненням. Найбільш поширеними серед страховиків є чотирирівневі програми (рис. 1.5).

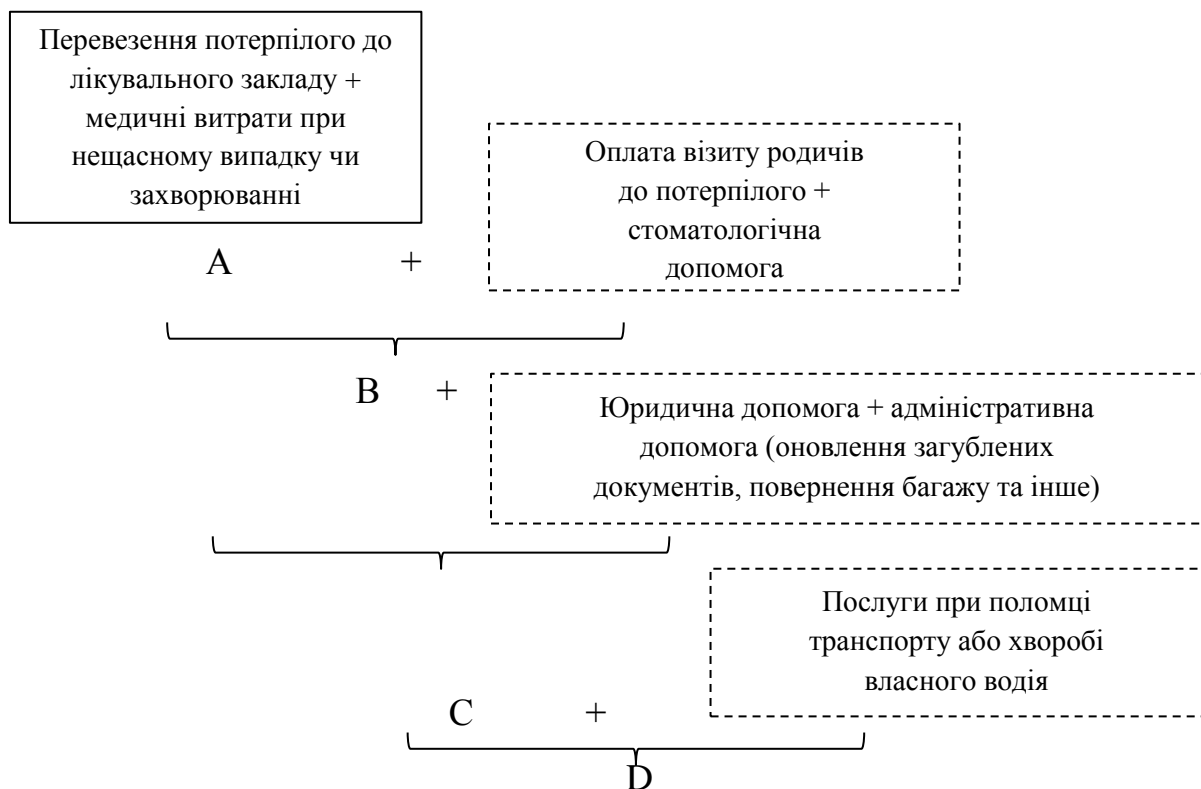


Рисунок 1.5 Асистанс-програми у туризмі

Так, на даний момент діє три основних канали реалізації страхових полісів у туризмі: через туристичні фірми (туроператора чи турагента), через банківську мережу та безпосередньо страховою компанією. Продаж страхових полісів через туристичну фірму здійснюється на основі агентської угоди укладеної між страховиком і самою туристичною фірмою.

У результаті страхова компанія втрачає можливість пропозиції інших страхових продуктів, які будуть доцільними у туристичній подорожі та й сам клієнт обмежений у виборі пакету страхування. Страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю через банки також здійснюється на основі агентської угоди між страховою компанією і банком, де останньому сплачується комісія у вигляді відсотку від реалізації послуги.

Перед поїздкою за кордон клієнт може скористатися послугами банків щодо оформлення певних платіжних засобів і в такому разі банком може бути запропонована у комплексі або додатково страховий продукт необхідний для здійснення подорожі.

Із трьох представлених способів придбання полісу при здійсненні туристичної подорожі найкращим є останній, оскільки для туриста він дозволяє сформувати найбільш якісний пакет страхування для подорожі із урахуванням усіх ризиків, а для страховика – підвищити реалізацію додаткових страхових послуг. Проте даний спосіб не є зовсім зручним для клієнта з точки зору мобільності оформлення туристичної поїздки.

Отже, існує потреба у покращенні якості послуг з туристичного страхування та всебічному їх вдосконаленні, у залученні більшого обсягу споживачів, розширенні і вдосконаленні каналів розподілу та підвищенні рівня фінансової стійкості страхових компаній.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ ПОСЛУГ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Оцінка сучасного стану та перспектив функціонування ринку страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю в Україні

Регулювання страхового сектору в Україні на сучасному етапі характеризується значною динамічністю і розширенням переліку страхових послуг з добровільних видів страхування, підвищенням вимог до порядку створення діяльності страхових компаній та їх конкурентоспроможності, подальшої інтеграції країни у міжнародні структури та необхідністю залучення страхового ринку до вирішення найважливіших питань економічного розвитку.

Ринок страхових послуг продовжує утримувати друге місце за рівнем капіталізації серед інших небанківських фінансових ринків. Загальна кількість страхових компаній (СК) станом на кінець 2018 становила 281, у тому числі СК "life" — 30 компаній, СК "non-life" — 251 компанія (табл. 2.1). Протягом останніх років кількість страхових компаній продовжує тенденцію до зменшення, так за 2018 рік порівняно з 2017 роком, кількість компаній зменшилася на 13 СК, порівняно з 2016 роком зменшилася на 29 СК.

Таблиця 2.1. Кількість страхових компаній за 2016—2018 роки

Кількість страхових компаній	2016	2017	2018
Загальна кількість	310	294	281
в т.ч. СК «non- Life»	271	261	251
в т.ч. СК «Life»	39	33	30

Однією з основних причин скорочення кількості СК є затвердження влітку 2018 р. Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг (Нацкомфінпослуг) розпорядження №850 "Про Положення про обов'язкові критерії і нормативи достатності капіталу та

платоспроможності, ліквідності, прибутковості, якості активів та ризиковості операцій страховика". Згідно з документом впродовж двох років страховики повинні сформувати додатковий запас ліквідності та очистити свої портфелі від неякісних активів.

З 30 червня 2020 року розмір "подушки безпеки" для ризикових СК складатиме 30 млн грн, а для компаній зі страхування життя — 45 млн грн. До кінця 2018 р. компаніям потрібно було сформувати "подушку безпеки" в розмірі 30% від необхідної суми (9 млн грн для ризикових СК і 13,5 млн грн — для "лайфових"), а до 30 червня 2019 р. — вже 60% (18 млн грн і 27 млн грн відповідно). Великі страхові компанії виконують це завдання, а ось дрібні, які не відповідають новим правилам, вже поступово залишають ринок.

Додатково регулятор підвищив вимоги до активів, які можуть враховуватися під час розрахунку нормативів платоспроможності. 20—40% страхових резервів (у залежності від виду діяльності) мають бути низькоризиковими, наприклад ОВДП, облігації міжнародних фінансових організацій, поточні рахунки і депозити в банках з рейтингом не менше AA за національною рейтинговою шкалою [23]. Нові вимоги покликані виключити з ринку страхові компанії з ліквідними активами у кілька тисяч гривень, які мають зобов'язання на десятки чи сотні мільйонів, а страхові виплати здійснюють за рахунок коштів нових клієнтів. Запровадження таких заходів стимулює вітчизняні страхові компанії мати ресурс для ефективної діяльності й повного виконання своїх зобов'язань і, як наслідок, суттєво підвищить надійність, конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість страхового ринку України.

Варто відзначити, що у зв'язку зі зміною порядку перетину кордону розвиток додаткових послуг у сфері страхування туризму змінився. Безвізовий режим, який набув чинності з червня 2017 року, надає українцям можливість подорожувати по Європі без віз на термін не більше 90 днів. Тому витрати українців на консульські збори і послуги візових центрів скоротились. Одночасно зріс попит на транспортні послуги, а це – Страхування Зелена Карта

в напрямку Європи [23]. Слід нагадати, що в Україні туристичне страхування не виділяється в окремий вид. Але аналітики відомого журналу «Insurance TOP» при формуванні рейтингу страхових компаній напрямом «туризм» розглядають як один з головних. У табл. 2.2 наведено рейтинг страхових компаній по добровільному страхуванню туристів за 9 місяців 2019 року.

Таблиця 2.2 - ТОП-10 у рейтингу страхових компаній по добровільному страхуванню туристів за 9 місяців 2019 року

№ з/п	Страхова компанія	Премії, тис. грн.	Виплати, тис. грн.	Рівень виплат, %
1	PZU УКРАЇНА	218 682	50 895	23,27
2	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	161 491	59 869	37,07
3	КНЯЖА	140 141	6 761	4,82
4	ГАРДІАН	135 233	1 066	0,79
5	ВУСО	111 884	25 709	22,98
6	ТАС СГ	64 843	15 561	24,00
7	ПРОВІДНА	47 025	6 048	12,86
8	УКРФІНСТРАХ	45 550	28 331	62,20
9	ARX	38 689	15 968	41,27
10	УНІВЕРСАЛЬНАЯ	36 192	6 431	17,77

За результатами проведених досліджень щодо туристичного страхування, варто визначити найбільших страховиків у сфері туризму: PZU Україна, де сума страхових премій станом на 9 місяців 2019 р. сягає 218 682 тис. грн., Європейське туристичне страхування – 161 491 тис. грн., КНЯЖА – 140 141 тис.грн., ГАРДІАН – 135 233 тис.грн., ВУСО – 111 884 тис.грн., ТАС СГ – 64 843 тис.грн., ПРОВІДНА – 47 025 тис.грн., УКРФІНСТРАХ – 45 550 тис. грн., ARX - 38 689 тис. грн., УНІВЕРСАЛЬНАЯ – 36 192 тис.грн. Але не дивлячись на високий рівень страхових премій, найбільше страхових виплат має Європейське туристичне страхування у розмірі 59 869 тис.грн., потім PZU Україна – 50 895 тис.грн. і УКРФІНСТРАХ – 28 331 тис.грн. Рівень виплат у відсотковому співвідношенні найбільший має УКРФІНСТРАХ – 62,2% [17].

Незважаючи на значну кількість компаній, фактично на страховому ринку основну частку валових страхових премій — 97,9% — акумулюють 100

СК "non-Life" (39,8% всіх СК "non-Life") та 96,9% — 10 СК "Life" (33,3% всіх СК "Life").

Проведений аналіз основних показників діяльності страхових компаній України за 9 місяців 2019 року в порівнянні з аналогічним періодом 2018 року свідчить про зміцнення тенденції до зростання обсягів вітчизняного страхового ринку.

Серед позитивних чинників слід назвати стійке зростання обсягів страхових резервів та активів, що є необхідною умовою стабільного функціонування і розвитку страхового ринку.

Незважаючи на досить високі темпи зростання кількісних показників, інституційні та функціональні характеристики страхового ринку України загалом не відповідають тенденціям світових страхових ринків та реальним потребам вітчизняної економіки, що зумовлює його істотне відставання у глобальному процесі формування світової фінансової системи.

Основними проблемами, які негативно впливають на розвиток страхового ринку в Україні визначимо такі:

— відсутність політичної та економічної стабільності, сталого зростання виробництва, неплатоспроможність населення, дефіцит фінансових ресурсів;

— слабкі зовнішньоекономічні зв'язки України у сфері страхування з іншими країнами; — недосконала і фрагментарна законодавча база, відсутність державних преференцій на страховому ринку, неефективний контроль з боку держави, прояви монополізму;

— високий рівень інфляції, що унеможлиблює реалізацію надійних інвестиційних програм, а також реальних фінансових механізмів для довгострокового розміщення страхових резервів;

— слабкий розвиток фондового ринку, що не дає змогу використовувати цінні папери як категорію активів для захищеного розміщення страхових резервів;

— відсутність вторинного ринку страхових послуг, механізмів ефективної взаємодії банківського та страхового секторів економіки, низький рівень розвитку допоміжної інфраструктури страхового ринку;

— неналежний рівень інформації про стан і можливості страхового ринку, відсутність довіри населення до страхування.

Аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні, необхідно підкреслити, що сучасний туризм – це та сфера економіки і життєдіяльності суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Саме цей фактор повинен стати головним у формуванні нового державного підходу до страхового ринку туризму як тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни в цілому, стимулювати ряд важливих галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені.

2.2. Основні засади побудови механізму страхування туристичних послуг

Провівши аналіз стану розвитку туристичної діяльності в Україні та тенденцій становлення ринку страхування послуг пов'язаних з нею, особливої уваги в межах подолання проблем їх функціонування набуває формування теоретико-методичних засад побудови механізму страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю. Розробка даного механізму забезпечить всебічне удосконалення зазначеного виду страхування та надасть можливість сформувати необхідне середовище для виконання ним соціальної та економічної функцій, а також забезпечить мінімізацію ризиків держави в сфері подолання наслідків настання несприятливих подій різного роду.

Розробка механізму СПТД повинна базуватись на цільових орієнтирах для кожного з суб'єктів даного процесу. Тільки за даних умов запропонований механізм зможе виконати покладені на нього функції, зокрема, та забезпечити подальший розвиток страхової галузі України в цілому. Отже, для страхових

компаній інструменти, форми та методи СПТД повинні забезпечувати зростання валових премій та рентабельності діяльності. Крім того, ефективний механізм реалізації СПТД буде стимулювати розширення суміжних видів страхування та забезпечувати синергетичний ефект від реалізації усього комплексу страхових продуктів. У той же час, для страхувальників, механізм СПТД повинен створити умови для надійного захисту їх майнових та особистих інтересів, а також забезпечити достатній рівень якості надання послуг. Паралельно з цим, ефективність функціонування даного механізму створює умови щодо своєчасної підтримки захисту страхувальників протягом усієї туристичної подорожі.

У межах роботи асистанс – компаній, запропонований механізм, повинен виконувати стимулюючу функцію, тобто формувати таку кон'юнктуру на ринку СПТД, щоб дані суб'єкти господарювання були зацікавлені в розширенні власних представництв та покращенні якості послуг, а, отже, й зберігали високий рівень конкурентоспроможності.

Розробка ефективного механізму СПТД має вагомим значення і для держави, так повноцінне виконання страховими компаніями взятих на себе зобов'язань перед страхувальниками підвищує захищеність населення, а також нівелює ризик, який може виникнути в результаті збільшення державних витрат спрямованих на подолання наслідків реалізації несприятливих подій. Крім того, ефективне функціонування інших суб'єктів даного процесу забезпечує формування доданої вартості в економіці, тобто стимулює зростання ВВП та наповнення дохідної частини бюджету. На основі вище зазначеного, запропоновано провести формалізацію концептуальних засад механізму СПТД (рисунок 2.1).

Проводячи детальний аналіз усіх складових механізму СПТД необхідно зазначити, що поряд з досліджуваними цільовими орієнтирами, він складається з чотирьох рівнів. Так можна виокремити:

- нормативно-правовий рівень;
- організаційно-управлінський рівень;

- інформаційно-технологічний рівень;
- функціональний рівень

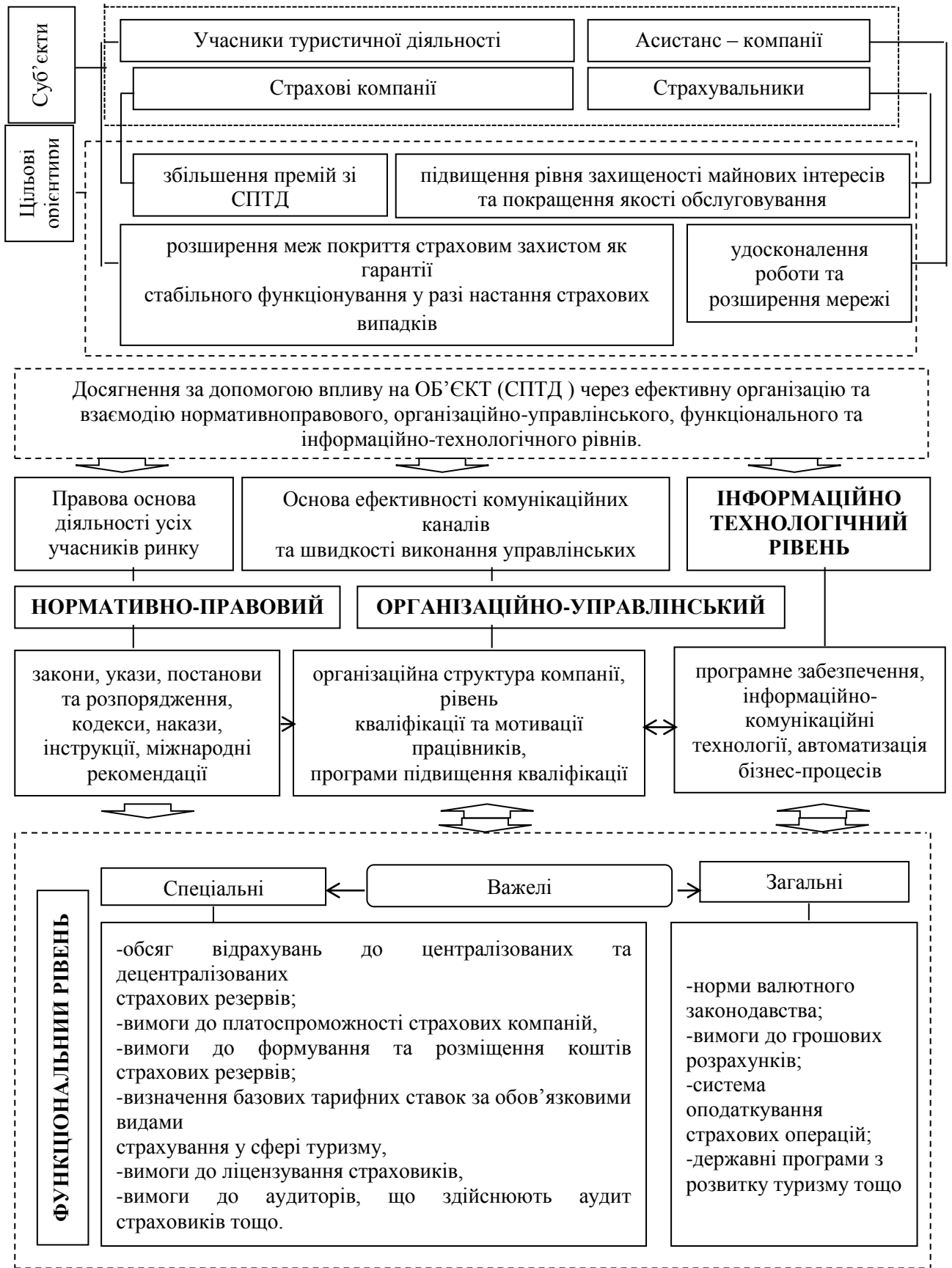


Рисунок 2.1 Концептуальні засади механізму СПТД

Розглядаючи кожен з чотирьох рівнів механізму СПТД, зауважимо, що найбільш складним є функціональний рівень, який складається з багатьох методів, інструментів їх реалізації та важелів впливу, які поділяються на спеціальні та загальні. У свою чергу, нормативно-правовий рівень виступає основою для побудови будь-якого механізму, оскільки формує умови реалізації страхової діяльності та можливість її поширення. Два інших рівні: інформаційно-технологічний та організаційно-управлінський виступають додатковими, але не менш важливими елементами механізму СПТД, які забезпечують йому комплексний характер та високий рівень ефективності.

Отже, в першу чергу, механізм СПТД, повинен формуватися на основі існуючої нормативно-правової бази та бути адаптивним до її можливих змін в майбутньому. Тільки за умови врахування існуючих положень законодавчої бази з приводу СПТД, усі його суб'єкти зможуть функціонувати без ризику втрат власної стабільності по причині санкцій з боку контролюючих органів, а також формувати правову фінансову систему.

Жодний механізм в страхуванні не залишається без такого елемента, як андеррайтинг, саме ефективна система оцінювання ризиків настання несприятливих подій різного роду виступає основою стабільної та прибуткової діяльності страхової компанії. Тільки на основі виваженої тарифної політики, з математично обґрунтованою методикою розрахунку ціни на страхові продукти, вірного узгодження обсягу страхової суми та страхового покриття, а також адекватного визначення сум страхових премій, страхова компанія може розраховувати на раціональну андеррайтингову політику. Інструментами в межах реалізації даного методу повинні виступати:

- знижки до страхової премії у разі страхування значних за обсягами ризиків, продовження терміну дії договору страхування, наявності інших діючих страхових полісів з однієї й тією ж самою страховою компанією;

- частка навантаження в бруто-преміях, тобто змінюючи рівень відрахування на формування прибутку страхової компанії, оптимізуючи обсяг витрат на створення фонду превентивних заходів та обсяг адміністративних

витрат можна сформувавши певні преференції в системі ціноутворення на послуги зі СПТД;

– франшиза, встановлюючи її розмір (по окремому страховому випадку, групі страхових випадків, в цілому по договору страхування) та вид (умовна та безумовна) страхова компанія визначає ймовірність настання страхового ризику та обсяг страхового відшкодування;

– системи страхової відповідальності, будучи ключовим параметром при укладанні договору страхування, визначають розмір, умови й методику здійснення страхового відшкодування.

Суттєве значення в системі андеррайтингу займає розробка комплексу превентивних заходів зміст яких полягає у дослідженні середовища перебування страхувальника та попередженні настання несприятливих подій з ним. Ці дії спрямовані на зменшення збитків застрахованої особи і, відповідно, скорочення розмірів компенсації потерпілому; викриття несприятливих ситуацій і осіб, до яких може бути спрямований регресний позов.

Окрему увагу в межах формалізації механізму СПТД необхідно приділити організації взаємодії страховика зі службами асистансу. Це пов'язано з тим, що зазначений вид обслуговування страхувальників характерний для даного виду страхування. Так, в своїй більшості, окремі асистанс – компанії обслуговують страхувальників протягом усього терміну договору страхування туристичної діяльності та несуть відповідальність за якісне обслуговування клієнтів в разі настання страхового випадку. Таким чином, не тільки надійні взаємовідносини між страховиком та асистанс – компанією мають значення, а й якість послуг, які надає асистанс компанії страхувальникам, оскільки це, безпосередньо, і виступає основою ефективного подолання наслідків настання страхового випадку.

Підводячи підсумок, справедливо зазначити, що всі розглянуті рівні механізму СПТД нерозривно пов'язані між собою і тільки за умови взаємоузгодженості та комплексності функціонування спроможні сформувавши ефективний механізм роботи страхової компанії.

РОЗДІЛ 3

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ УДОСКОНАЛЕННЯ РИНКУ СТРАХУВАННЯ ПОСЛУГ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Впровадження та розвиток моделі «фінансового супермаркету»

У результаті співпраці між банками та страховими компаніями виникає можливість створення ефективної моделі взаємного продажу продуктів у вигляді bancassurance (реалізація страхових продуктів через банки), assurancebank (реалізація банківських продуктів через страхові компанії) або allfinanz (реалізація комплексу фінансових послуг через один канал).

У подальшому банкострахування трансформується в ряд похідних форм залежно від країни та існуючих там законодавчих обмежень інтеграційних процесів між фінансовими посередниками. Так виникає assurfinance – де ініціатором предання виступають страхові компанії, allfinance – приклад універсального банку в Німеччині, caissassurance – різновид фінансової інтеграції у Квебеку, започаткований найбільшою фінансовою банкостраховою групою Канади – Desjardins Group.

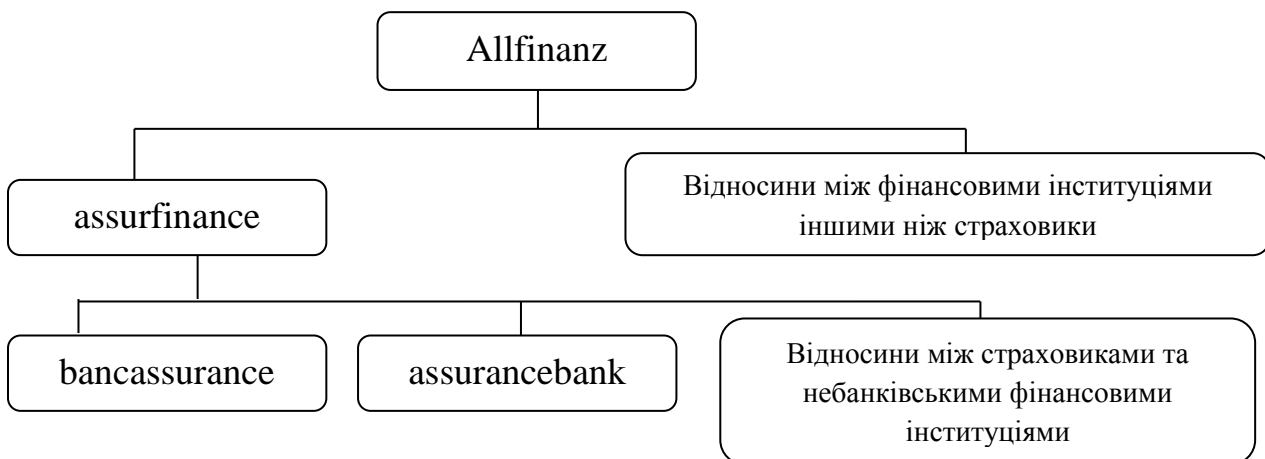


Рисунок 3.1 Систематизація понять в аспекті проблематики взаємодії фінансових інституцій

Усі ці терміни різняться і мають свої особливості, але вони зводяться до одного – у кінці ХХ ст. світова економіка, здебільшого економіка розвинених країн, взяла курс на глобалізацію, об'єднання капіталів різних фінансових посередників та інтеграцію їх діяльності для створення універсальної

фінансової установи, в якій були б сконцентровані всі фінансові послуги, так званого «фінансового супермаркету».

Важливим питанням в цьому аспекті залишається відповідність реального стану співпраці очікуванням страхових компаній та банків (рис.3.2).



Рисунок 3.2 Очікування страхових компаній та банків від співпраці

Серед наступних причин взаємного інтересу можна виділити необхідність акумулювати всі грошові потоки в одній системі. У зв'язку з цим материнською компанією створюється страхова компанія, яка займається ефективним вирішенням даного питання з метою мінімізації майнових, кредитних та фінансових ризиків, та витрат материнської компанії на таке страхування. Серед причин, що стимулюють інтерес банків та страхових компаній також можна назвати можливість надання клієнтам повного спектру банківських та страхових послуг. При цьому, ці послуги мають бути високоякісними, гарантованими та привабливими для клієнта. Продаж банками

страхових продуктів, як свідчить зарубіжний досвід, не буде мати серйозних протиріч між клієнтами та банком.

Як правило, клієнти є лояльними до своїх банків та позитивно сприймають ідею «фінансового супермаркету». Крім того, відмінності між банківськими та страховим сектором світового фінансового ринку в останні роки стали майже непомітними, особливо в сферах приватних інвестицій і довгострокових заощаджень. Головні причини підвищеного взаємного інтересу між страховими компаніями та банками представлені на рисунку 3.3.



Рисунок 3.3. Чинники, що сприяють співпраці банків та страхових компаній

Модель «фінансовий супермаркет», маючи ряд конкурентних переваг, вигідна і зручна як страховим компаніям, компаніям, що управляють, так і банкам. Страхова компанія виступає, напевно, найбільшим бенефіціаром в реалізації подібної бізнес-моделі. Головна перевага продажу страхових продуктів через банки полягає у використанні страховиком розвинених філіальних мереж банків по всій території країни.

Ще одна перевага полягає в тому, що сьогодні страхові компанії активно шукають альтернативні канали продажу полісів. Оскільки банки обслуговують значну кількість клієнтів, вони є об'єктами інтересу страховиків як агенти. І особливо привабливі тим, що надають велику кількість послуг, кожна з яких може бути застрахована.

У «фінансовому супермаркеті» страхова компанія дістає можливість використовувати базу даних про клієнтів банків – і понизити витрати на маркетинг, розповсюдження і просування свого продукту.

Прагнення банків до отримання статусу «фінансового супермаркету» ніколи не було таким актуальним, як сьогодні, оскільки від реалізації подібної бізнес-моделі вони отримують досить багато. Але найголовніше – це існування загальних для всіх учасників позитивних моментів. Розвиваючи концепцію «фінансового супермаркету», вони виробляють спільну ідеологію діяльності на фінансовому ринку, впроваджують загальну корпоративну культуру і проводять узгоджену маркетингову і фінансову політику, що є головними ознаками, які характеризують цивілізований фінансовий ринок і, яких, на жаль, поки що бракує фінансовому ринку України.

Стратегічне партнерство страхових компаній та банків відкриває великі перспективи для обох учасників тандему. Вони вже не просто надають один одному профільні послуги, а відбувається переплетення банківського та страхового бізнесу. Причини, які стимулюють страхові компанії до співпраці із банками зазначені на рисунку 3.4.

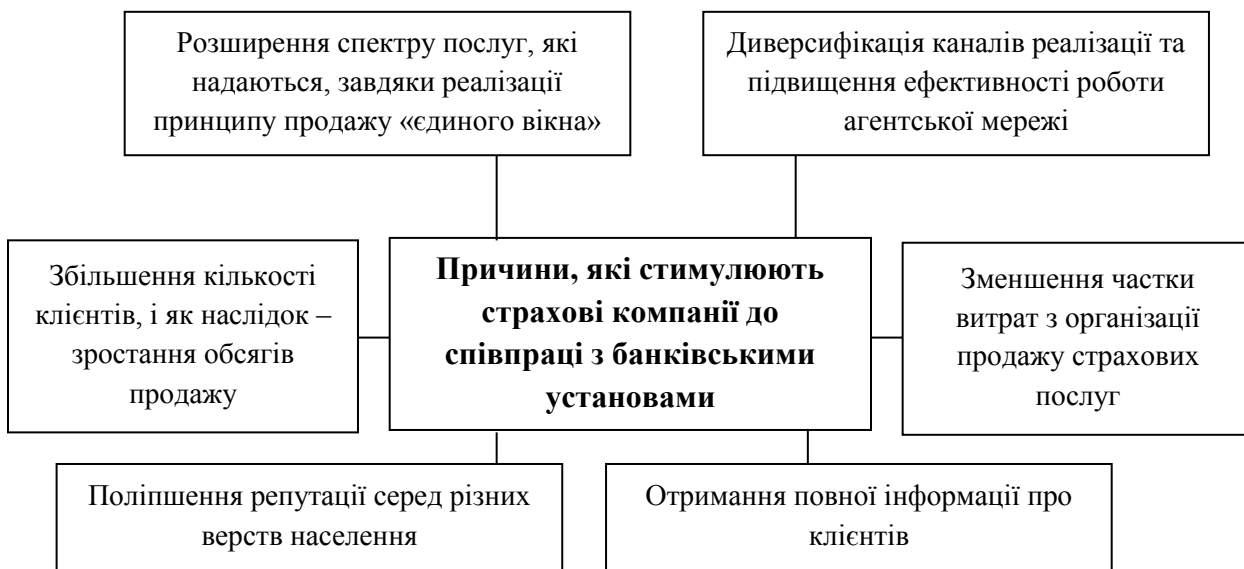


Рисунок 3.4 Причини, які стимулюють страховиків до співпраці з банками

Серед причин, які стимулюють банки до співробітництва із страховими компаніями, можна виділити наступні (рисунок 3.5).



Рисунок 3.5 Причини, які стимулюють банки до співпраці зі страховиками

Проте, слід не забувати, що основні переваги від реалізації «фінансового супермаркету» отримує споживач фінансових послуг. Найважливішою перевагою при відвідуванні «фінансового супермаркету» для клієнта є те, що він може придбати повний пакет фінансових послуг в одному офісі, при цьому економлячи час і кошти. Як показує досвід, правильна інтеграція бізнес-процесів учасників «фінансового супермаркету» дозволяє знищити витрати і, відповідно, кінцеві тарифи для клієнтів.

В результаті співробітництва у «фінансовому супермаркеті» його учасники виробляють спільну ідеологію роботи на фінансових ринках, спільні принципи корпоративної культури і проводять погоджену маркетингову політику. З'являється можливість і найбільш повного використання кадрового потенціалу учасників об'єднання.

3.2. Напрямки підвищення ефективності державного впливу на розвиток страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю

Успішність державного регулювання страхування на ринку туристичних послуг залежить від обраної стратегії та тактики впливу на політичні, соціальні, економічні процеси. Держава повинна забезпечити створення досконалої нормативно-правової бази, стратегічної програми розвитку, джерел фінансування програм розвитку страхування і т. д. Але на сьогоднішній день в

Україні не спостерігається такого повноцінного явища як системи нагляду, регулювання страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю.

Державне регулювання страхового ринку – це сукупність економічних, адміністративно-правових та організаційно-технічних відносин між суб'єктами страхового ринку і державою за умови цілеспрямованого комплексного впливу держави на страховий ринок [9].

Стосовно туристичної діяльності, виступаючи пріоритетним напрямком розвитку національної економіки, держава в особі уповноважених органів здійснює комплекс регулюючих та стимулюючих заходів, а саме [19]:

- розробка програм та стратегій розвитку туристичної галузі;
- ліцензування в галузі туризму, стандартизації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних умов до обіймання посади у даній сфері;
- встановлення системи статистичного обліку і звітності в сфері туризму;
- участь в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туристичної діяльності; – забезпечення безпеки туризму;
- створення умов для захисту прав та інтересів туристів та суб'єктів, що здійснюють туристичну діяльність тощо.

Страховання послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю заслуговує на більш досконало розроблену систему нагляду, регулювання та контролю з боку держави саме у цій сфері. Адже у даному комплексі страхування задіяна більша кількість суб'єктів, а саме страхові компанії, туристичні організації та туристи, що створює більші можливості для скоєння незаконних дій усіма членами відносин. Також важливо зазначити, що необхідність державного регулювання страхування послуг, що пов'язані з провадженням туристичної діяльності спричинена існуванням іншого ряду чинників: а) неприйняття страховими компаніями на страхування тих туристичних ризиків, здійснення яких їм не вигідно; б) нераціональність формування тарифної політики страхових компаній; в) страховими компаніями розроблюються страхові продукти й договори без участі та врахування потреб туристів; г) відсутність гарантії отримання відшкодування при настанні страхового випадку; д) перебільшені

вимоги з надання документів, особливо під час настання страхового випадку; е) численні випадки шахрайства у сфері туристичного страхування, переважно через Інтернет.

Варто зазначити, що останній фактор є одним з найсуттєвіших причин для впровадження системи нагляду, регулювання та контролю за СПТД, адже даний вид страхування за популярністю у шахраїв посідає друге місце, поступаючись лише автострахованню.

У сфері туристичного страхування часто трапляються випадки шахрайства, які здійснюються медичними працівниками. Зустрічаються випадки шахрайства з боку працівників готельних комплексів. У свою чергу туристичні компанії можуть підробляти пластикові картки страховиків, де фіксується вся необхідна інформація щодо номеру поліса, телефону сервісної служби, інші відомості, які турист має повідомити диспетчеру у разі настання страхового випадку. У страховій практиці трапляються ситуації, коли з'ясовується, що страхової компанії, яка видала поліс, не існує. Тому ще напередодні поїздки варто переконатися у законності існування компанії та зателефонувати за вказаним у полісі номером.

Спираючись на вищенаведені факти та оцінивши вагомий нереалізований потенціал розвитку туризму в нашій країні, вкрай важливо розробити концептуальні вимоги до формування повноцінної та ефективної системи страхування послуг, що прямо або опосередковано пов'язані з туристичною діяльністю, на довгострокову перспективу та визначити пріоритетні завдання у даній сфері, які необхідно невідкладно вирішити на сучасному етапі розвитку національної економіки.

І тому першочерговим кроком при формуванні пріоритетних напрямків розвитку СПТД має стати створення належних умов для розвитку туризму, що передбачає застосування інструментів як стимулюючого, так і регулюючого характеру (рисунок 3.6).

На нашу думку, основним нововведенням має стати формування фонду гарантування виплат за договорами страхування цивільної відповідальності

суб'єктів туристичної діяльності, фінансування якого буде здійснюватися за рахунок щорічних фіксованих внесків та внесків з продажу суб'єктів, що здійснюють туристичну діяльність. Дане нововведення дозволить в деякій мірі підвищити рівень фінансової відповідальності перед споживачами туристичних послуг та забезпечити виконання гарантійних функцій стосовно відшкодування шкоди, завданої туристу під час організації туристичної послуги.



Рисунок 3.6 – Пріоритетні напрямки розвитку страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю в Україні

Мета політики розвитку сфери туризму на найближчі роки полягає в формуванні сучасного конкурентоспроможного туристичного комплексу, що задовольнятиме потреби як вітчизняних, так і іноземних громадян в туристських послугах.

ВИСНОВКИ

Туристична діяльність відіграє важливу роль у забезпеченні соціально-економічного розвитку держави, оскільки відбувається притік іноземного капіталу, створюються нові робочі місця, покращується якість інфраструктурних об'єктів в країні. У роботі визначено коло суб'єктів, які надають послуги туристичного характеру, а саме: підприємства з організації туристичних подорожей, підприємства з розміщення туристів; підприємства сфери харчування; підприємства сфери дозвілля і культури; транспортні підприємства; підприємства з організації відвідувань туристичних об'єктів.

На основі узагальнення та аналізу існуючих теоретичних підходів до трактування туристичного страхування та інших суміжних понять у роботі обґрунтовано визначення страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю як системи цивільно-правових та фінансовоекономічних відносин між страховиками, страхувальниками та асистанс – компаніями (за умови міжнародного туризму), які виникають під час реалізації туристичного продукту щодо гарантування безпеки та захисту майнових інтересів споживачів туристичних послуг та інфраструктурних учасників, а також забезпечення стабільного функціонування компаній, що здійснюють туристичну діяльність, у випадку настання непередбачуваних у випадку настання непередбачуваних подій різного походження.

Запропоновано рекомендації, щодо співпраці банків із страховими компаніями-партнерами у рамках бізнес-моделі «фінансового супермаркету», що дозволить розширити перелік послуг, що надаються клієнтам, створить додаткові конкурентні переваги для просування власних програм. Більш того, з'явиться можливість створювати нові, універсальні фінансові програми, адресовані як корпоративним, так і приватним клієнтам. Адже стратегічне партнерство страхових компаній та банків відкриває великі перспективи для обох учасників тандему. Вони вже не просто надають один одному профільні послуги, а відбувається переплетення банківського та страхового бізнесу.

Дослідження стану, проблем та перспектив ринку страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю в Україні дозволяє стверджувати, що в сучасних умовах він знаходиться на початковому етапі розвитку. Особливо актуальними постають проблеми правового забезпечення функціонування учасників ринку, якості і видів пропонованих послуг, низької капіталізації та інфраструктурної розвиненості ринку страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю. Відповідно, подальший розвиток українського ринку страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю повинен ґрунтуватись на комплексному вирішенні даних проблем всіма його учасниками, включаючи державні органи та саморегульовані організації.

У роботі запропоновано розглядати механізм страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю як взаємозв'язок між чотирма його рівнями: нормативно-правовий, функціональний, інформаційно-технологічний, організаційно-управлінський. Особливу увагу приділено формалізації взаємозв'язків між методами та інструментами реалізації страхування послуг пов'язаних із туристичною діяльністю, а також зовнішнім та внутрішнім факторів, що на них впливають.

Доведено, що співпраця органів державної влади на різних рівнях, саморегульованих організацій та міжнародних установ дозволить належним чином підвищити рівень довіри до страхування як механізму захисту майнових інтересів туристів та інших суб'єктів туристичної галузі при настанні непередбачуваних подій різного роду. У роботі розроблено комплекс заходів стимулюючого та регулюючого характеру з метою державного впливу на туристичну та страхову галузі. Важливу роль у розвитку відносин в системі страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю належить удосконаленню процедури організації обов'язкового страхування відповідальності суб'єктів туристичної діяльності за шкоду, заподіяну життю чи здоров'ю туриста або його майну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамітова Д. Р. Міжнародне регулювання страхування на світовому туристичному ринку/ Абрамітова Д.Р. // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України – 2014. – № 39 – С. 5 – 12.
2. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму : навч. посібник / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – 2-ге вид., переробл. та доповн. – Київ : Альтерпрес, 2008. – 288 с
3. Бернарська О. Р. Ризики у міжнародній туристичній діяльності та їх страхування [Електронний ресурс] / О. Р. Бернарська, Л. В. Цубов // Lviv 177 Polytechnic National University Institutional Repository. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/15752/1/48-Bednarska-107-108.pdf>
4. Власова Н. М. Страхіві технології в туризмі / Н. М. Власова, К. О. Вейнберг // Культура народів Причорномор'я. – 2009. – № 176. – С. 82- 84.
5. Власова Н. М. Нові технології в індустрії туризму [Електронний ресурс] / Н. М. Власова, К. О. Вейнберг // Проблемы материальной культуры – географические науки – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/knp/176/knp176_82-84.pdf
6. Головащенко О. В. Туризм як форма соціальної активності людини: соціально-філософський аналіз : автореф. дис. канд. філософ. наук. : 09.00.03 / О. В. Головащенко ; Запоріж. держ. ун-т. – Запоріжжя, 2002. – 18 с.
7. Грабчук О. М. Особливості розвитку страхування туризму в Україні / О. М. Грабчук // Інвестиції: 24 практика та досвід. – 2015. – № 7. – С. 1–5
8. Жук І. З. Нормативно-правове регулювання діяльності суб'єктів туристичної галузі в Україні [Електронний ресурс] / І. З. Жук. // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – № 2. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_2_26
9. Журавка О. С. Науково-методичні засади стратегічного розвитку страхового ринку України : дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / О. С. Журавка. – 2010. – 205 с.

10. Залетов О. «Асистанс» та його особливості на страховому ринку / О. Залетов // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2012. – Вип. 133. – С. 21-25. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2012_133_8.
11. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. – К. : Знання, 2011. – 334 с.
12. Кошляк А. В. Страхування ризиків у сфері туристичного бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / А. В. Кошляк, Є. В. Беляєва. – Режим доступу : <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=32314>
13. Красавцева Л. Ю. До проблеми визначення понятійного поля туристичної діяльності [Електронний ресурс] / Л. Ю. Красавцева // Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. – 2014. – № 2. – С. 157-162. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nzizvru_2014_2_32.pdf
14. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг / О. О. Любіцева. – Київ : Альтерпрес, 2002. – 436 с.
15. Олійник Г. Фінансовий супермаркет – найвища форма банківсько-страхової інтеграції / Г. Олійник // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2013. – № 135. – С. 46–49.
16. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://nfp.gov.ua/>
17. Офіційний сайт «Форіншурер» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forinsurer.com>
18. Про страхування [Електронний ресурс] : Закон від 15.09.1995 № 324/95-ВР зі змін. і доп. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>
19. Про туризм [Електронний ресурс] : Закон від 15.09.1995 № 324/95-ВР зі змін. і доп. – Режим доступу : https://kodeksy.com.ua/pro_turizm.htm
20. Рейтинг страхових компаній України [Електронний ресурс] // Форіншурер. – Режим доступу: <http://forinsurer.com/ratings/nonlife>

21. Страховий ринок України в 2019 році. Основні тренди у страхуванні. Страховий адвокат [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.insa.com.ua/uk/blog/chto-zhdyot-strahovoj-rynok-ukrainy-v-2019-godu-osnovnye-trendy/>
22. Фінансові супермаркети пропонують достатньо послуг клієнтам [Електронний ресурс] / Простобанк консалтинг // Режим електронного доступу до офіційного сайту: http://www.prostobank.com/uk/publikatsiyi/statti/finansovi_supermarketi_proponuyut_dostatno_poslug_klientam
23. Якістю, а не кількістю: Фінансові показники українського страхового ринку зростають. Бізнес журнал [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.business.ua/finances/4806-yakisti-ua-ne-kilkistiu-finansovi-pokaznyky-ukrainskoho-strakhovoho-rynku-zrostaiut>