

РОЗВИТОК СТРАХУВАННЯ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ: ЗАКОРДОННА ПРАКТИКА

Аллахвердієва І.М., здобувачка вищої освіти ступеня доктора філософії
Миколаївський національний аграрний університет

Україна володіє усіма необхідними ресурсами: природно-кліматичними, культурно-історичними, рекреаційними, які створюють добрі передумови для розвитку багатьох видів туризму як у національному, так і міжнародному масштабі. Страхова галузь у цьому сенсі допомагає і сприяє не лише підвищенню якості туристичних послуг, створюючи безпечну атмосферу під час подорожей, а також є дієвим механізмом захисту самих суб'єктів індустрії туризму від непередбачуваних подій. Проте, ситуація зі страхуванням у туризмі в Україні ускладнюється через низьку довіру населення до фінансових установ, недостатню увагу до цієї сфери страхових відносин з боку державних органів. До того ж важливою проблемою, що стримує розвиток страхування у туристичній сфері є низька інформаційна культура туристів, власників та працівників туристичних підприємств. З точки зору дослідників, у громадській свідомості переважає формальний підхід до туристичного страхування [1].

Зважаючи на європейський вектор розвитку України, необхідність удосконалення страхового ринку, його інтеграція з іншими секторами національної економіки, серед яких чільне місце належить галузі туризму, набуває нині особливої актуальності. Адже в умовах лібералізації руху потоків капіталу, товарів і послуг, зміцнення інтеграційних зв'язків і глобалізаційних процесів взаємозв'язок страхування і туризму має яскраво виражений міжнародний характер [3].

Вивчення закордонного досвіду у сфері страхування та використання кращих його практик в Україні, зважена тарифна політика страховиків та забезпечення системи гарантування страхових виплат за договорами страхування, зростання рівня економічного розвитку країни та зміцнення довіри населення до інституту страхування сприятимуть підвищенню мотивації суб'єктів туристичного ринку до сфери страхування туристичних ризиків та зміцненню позицій нашої країни на ринку міжнародного туризму.

У світовій практиці страхування туристів простежується тенденція, яка з роками набирає обертів, - це універсалізація і спеціалізація діяльності страховиків. Функціонують спеціалізовані страхові туристичні компанії, які відповідно здійснюють страхування мандрівників і туристичних компаній. Така модель організації страхового захисту інтересів туристів дозволяє надавати послуги високої якості і встановлювати більш міцні і тривалі відносини між учасниками даного процесу, а також підвищити якість ведення бізнесу як з боку туристичних компаній, так і з боку страховиків.

Розглянемо більш докладно роботу найбільших страхових компаній щодо здійснення страхового захисту туристів в різних країнах світу (табл.).

**Досвід роботи програм страхового захисту туристів
в різних країнах світу**

Країна	Компанія	Умови надання послуг	Програми
Швеція	«EVR»	Страховання поширюється на людей, які не досягли 70-річного віку	Програма річного страхування діє протягом одного року необмеженого числа поїздок за фіксованою ціною. Страхові виплати не здійснюються, якщо отримані травми або гострі захворювання викликані алкоголем; планування процедури і їх наслідки; ускладнення, пов'язані з вагітністю після 32 тижнів.
Республіка Сербія	«Delta Generali»	Страховання поширюється на людей, віком від 6 місяців до 86 років.	Програми представлені в розрізі страхування однієї людини, групи людей, сім'ї.
Франція	ACS	Максимальний вік страхування – 70 років.	Програми представлені в розрізі країн подорожей з пропозицією відповідних умов. Пропонуються страхові продукти іноземним громадянам, людям всіх національностей у віці до 65 років.
Італія	«Europ Assistance»	Максимальний вік страхування – 70 років.	Надає широкий спектр послуг, продуктів і програм по здійсненню страхування туристів.
Іспанія	«Inter-mundial»	Страховання поширюється на людей, які не досягли 70-річного віку.	Надає продукти для різних поїздок, для компаній в сфері туризму, особисті програми страхування.

Джерело: складено автором за даними [2]

Відзначимо, що ще однією значущою тенденцією на ринку страхового захисту туристів в світі є пропозиція щорічного страхування, тобто видача страхового полісу на необмежену кількість поїздок в рік по фіксованій ціні. Вважаємо, що зазначений досвід слід адаптувати і в Україні.

У ряді країн створені Фонди страхування професійної відповідальності туроператора. У Швейцарії, Чехії, Німеччині за дорученням уряду такі фонди формують суспільні об'єднання і асоціації. У Великобританії Асоціація британських туристичних агентств приймає до складу своїх членів лише фірми з хорошою репутацією, причому членство в Асоціації є своєрідною гарантією надійності фірми.

Таким чином, ринок туристичних послуг, а разом з ним і страховий ринок, виходять на якісно новий рівень, що передбачає поєднання інтересів та взаємовигідне співробітництво. Незважаючи на проблеми, які гальмують розвиток страхування у туристичній сфері, туризм – досить перспективна

галузь економіки, що є вагомим аргументом для ефективного функціонування механізмів страхового захисту її суб'єктів.

Список використаних джерел:

1. Дадак О.О., Дорош-Кізим М.М., Грабовський Р.С., Дудяк Р.П. *Страховання туристичної діяльності в Україні. Науковий вісник ЛНУВМБ імені С.З. Гжицького. Серія: Економічні науки, 2019, т 21, №92. С. 115-119.*

2. Кошляк А. В. *Страховання ризиків у сфері туристичного бізнесу в Україні. URL: <http://наука.kushnir.mk.ua/?p=32314>.*

3. Чвортко Л. А., Подзігун С. М. *Проблеми страхування ризиків неорганізованого виїзного туризму. Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: збірник матеріалів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф., 31 жовтня 2017 р. / Умань : ВПЦ «Візаві», 2017. С. 226-227.*

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Богашко О. Л., канд. екон. наук, доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Вивільнення вільного часу, отримане внаслідок цифровізації процесів та виробництв, призводить до збільшення частки послуг в економіці, зростання підприємств сфери послуг та підвищення попиту на послуги. Світовий ринок туризму протягом останнього десятиліття демонструє стійке зростання від 3 до 7% щорічно. Можна припустити, що в міру того, як попит на подорожі та туристські послуги зростатиме, зростуть і вимоги мандрівників до сфери гостинності. У боротьбі за споживача на першому плані виступатимуть такі конкурентні переваги компанії, як: екологічність, технологічність, індивідуальність товару/послуги, соціальна відповідальність. Змінна динаміка туристських потреб підвищує вимоги до туристичної індустрії. Отже, розуміння напряму трансформації споживчого попиту – актуальне завдання туристських підприємств і закупівельних організацій, яке можна вирішити, перебуваючи у постійному взаємозв'язку зі споживачами.

Два десятиліття тому мандрівники очікували комфорту від постачальників послуг, вираженого в матеріальних зручностях. Тепер вони очікують на технологічні зручності, такі як надшвидкісний Wi-Fi, новітні готельні технології, адаптоване для кінцевого споживача бронювання подорожей і, водночас, індивідуальне обслуговування, що враховує потреби та переваги кожного мандрівника. Зростання кількості смартфонів та соціальних мереж у поєднанні з технологічними можливостями, такими як інтелектуальні агенти та технології в готелях та на транспорті, ведуть до ймовірності того, що мандрівники майбутнього будуть пред'являти вищі вимоги до індустрії туризму.