

**Д. Р. Абрамітова, аспірантка**  
*ДВНЗ “Українська академія банківської справи НБУ”*

## **СВІТОВА ПРАКТИКА СТРАХУВАННЯ ТУРИЗМУ**

Відпочинок є ключовою необхідністю для повноцінного здійснення усіх життєвих функцій, тому бажано, щоб він був заздалегідь поміркованим. Всесвітня організація по туризму (UNWTO) в своїй класифікації виділяє країни, що є переважно постачальниками туристів (США, Бельгія, Данія, Німеччина, Голландія, Нова Зеландія, Швеція, Канада, Англія) і країни, що в основному приймають туристів (Австралія, Греція, Кіпр, Італія, Іспанія, Мексика, Туреччина, Португалія, Франція, Швейцарія). Україна в складі Всесвітньої організації по туризму із 1997 р. та є активним делегатом низки заходів, організованих UNWTO.

У ситуації, коли турист потрапляє за кордон, аксіоматично виникають екстремальні умови його співіснування у вигляді іншого клімату, структури харчування, побутових умов, соціального та культурного устрою. Таким чином, страховий захист від різного роду небезпек – не тільки додаткова умова туристичної подорожі, а вимушена необхідність.

Отже, в системі туристичного страхування існує дві класифікації: обов'язкове та добровільне.

До обов'язкових видів страхування належить медичне, страхування цивільної відповідальності власників автотранспортних засобів та страхування від нещасного випадку. Це передбачено українським законодавством та входить до складу туристичного пакета, який придбається туристами у суб'єктів туристичної діяльності.

Добровільне туристичне страхування передбачає такі види за предметом:

- страхування багажу туриста від втрати або пошкодження;
- невідкладна медична допомога (асистанс);
- страхування від невиїзду;
- на випадок смерті.

Сьогоднішній страховий ринок пропонує безліч страхових програм для туриста, які залежать від характеру та тривалості подорожі, але, як правило, такі програми включають:

- екстрену медичну допомогу;
- транспортування в найближчу лікарню;
- евакуацію в країну постійного проживання;
- внутрішньолікарняний контроль та інформування сім'ї хворого;

- надання медичних препаратів;
- консультаційні послуги лікаря;
- оплата транспортних витрат;
- репатріація останків;
- надання юридичної допомоги.

Розглядаючи питання світової практики у галузі страхування туризму, треба визначити мотивацію туристів купувати туристичні страховки.

Отже, в першу чергу це унікальність. Унікальність такого страхового продукту полягає у тому, що він є єдиним страховим продуктом відносно туризму у своєму роді.

Наступний чинник – це співвідношення ціни та вартості. Набагато дешевше купити страховку відразу, ніж пізніше витратити в декілька разів більше коштів на усунення можливих неприємностей. Така політика особливо близька до британців та канадців.

Третій мотиватор – час для покупки. Оскільки туристична страховка придбається зазвичай під час або перед самою подорожжю, коли туристи налаштовуються на відпочинок, то саме цей час є ідеальним для того, щоб купити страховку.

Наступний, четвертий чинник – це заплановані затрати. Туристи планують свій відпочинок зазвичай заздалегідь, а купівля туристичної страховки є першочерговою необхідністю. Отже, планується затратити конкретну суму грошових коштів.

І п'ятий мотиватор – це зобов'язання. Відомо, що на сьогоднішній день практично всі відомі та популярні туристичні напрями вимагають наявності обов'язкової туристичної страховки.

Відтак, страхування інтегрувалось до всіх сфер сучасного бізнесу, а туристичний бізнес не є виключенням, отже туристи страхують свої майнові ризики, туристичні оператори – свою відповідальність, а готелі – своє майно. Таким чином, система туристичного страхування стала необхідною частиною захисту майнових інтересів та функціонування всієї туристичної галузі.

Отже, зважаючи на вищевикладене, світові тенденції диктують необхідність якісного та професійного підходу до надання страхових послуг в туристичній індустрії з огляду на сталий розвиток даного ринку, що потребує тісної співпраці страховиків і туристичних фірм.