

ПУТЕВКА В КРИЗИС

Туристический сезон закончился, банкротства турфирм продолжают. Словно картонный домик, рушится бизнес целого ряда туристических компаний, и вслед за ним закономерно непростую ситуацию переживают компании, предоставившие туроператорам услуги по страхованию ответственности. Представители туриндустрии и страховщики решают, как преодолеть кризис.



Рисунок Корнилы Пузанкова

Заведомый риск

Приостановка деятельности ряда туристических операторов этим летом для многих участников туристического рынка не была неожиданностью. Проблемы копились на протяжении последних пяти лет. Экономический кризис 2008 года на туристическом бизнесе сказался не сразу, рынок продолжал расти вплоть до 2014 года в среднем на 10–15% в год, и это затуманило глаза многим игрокам – сложилось ложное ощущение, что последствия кризиса каким-то чудесным образом минуют туристическую отрасль. У большинства российских компаний, которые обанкротились этим летом, не было умысла на явное мошенничество. Это известные фирмы, давно работающие на рынке и дорожащие своей профессиональной репутацией. Туристический рынок работает в долг. Деньгами, которые туроператоры получили в качестве предоплаты за летний сезон, они оплачивают свои долги за зимние туры по принципу финансовой пирамиды. При стабильном росте объемов рынка эта схема эффективно работает, при стагнации или спаде неизбежно дает сбой. В 2014 году началась стагнация, средний класс постарался снизить свои расходы, уменьшить количество регулярных поездок за границу, сократить срок пребывания, кто-то предпочел более дешевые отели. Таким образом,

Туристический рынок работает в долг. Деньгами, которые туроператоры получили в качестве предоплаты за летний сезон, они оплачивают свои долги за зимние туры по принципу финансовой пирамиды.

на туристическом рынке начал сокращаться объем денежной массы, и денег на оплату долгов не хватило.

«Я в туристическом бизнесе больше двадцати лет, за все это время серьезный кризис на рынке случался только дважды. Первый произошел в 1998 году, после дефолта, спад продолжался всего полгода, через год рынок восстановился, потом он ежегодно рос. Второй кризис наступил сейчас, в 2014 году, – говорит Алексей Крылов, генеральный директор туристической компании UTS Group, член Ассоциации туроператоров России. – Думаю, уже в следующем году рынок восстановится, но череда банкротств туроператоров еще не закончилась, и осенью нам следует ждать продолжения. Надеюсь, что это будут не очень громкие банкротства».

По мнению эксперта, лучшей подстраховкой с точки зрения защищенности туристического бизнеса является финансовая гарантия. Банковская гарантия – это очень сложный и дорогой инструмент, для получения гарантии необходимо предоставить банку некое залоговое обеспечение (уставной капитал, активы, недвижимость, поручительства третьих лиц). Страховой полис – более простой, но менее эффективный инструмент. Прикрываясь страховым полисом, мошенники легко могут воспользоваться дырами

в законодательстве, в то время как банковская гарантия отсекает подобные возможности.

Во-первых, сегодня для туроператора, занимающегося выездным туризмом, минимальная сумма страхования равна 30 млн рублей, базовая стоимость страховки составляет порядка 1,5 %. То есть, страховой полис обойдется компании в 450 тыс. рублей, взнос в «Турпомощь» 100 тыс. рублей, плюс аренда небольшого помещения, заработная плата для одного-двух сотрудников и расходы на рекламу. Получается, для того, чтобы начать туристический бизнес, достаточно вложить около 1 млн рублей, при этом за пару месяцев дутая туристическая компания может собрать с туристов несколько миллионов долларов, затем перевести эти миллионы своему зарубежному партнеру, коим на самом деле является личный офшор владельца этой дутой компании, и сказать: «Извините, мой зарубежный партнер обанкротился и не смог выполнить свои обязательства передо мной, поэтому я не могу выполнить свои обязательства перед туристами, и я заявляю о приостановке деятельности своей компании».

Таким образом, очень просто можно положить несколько миллионов долларов себе в карман

практически на законных основаниях, потому что доказать умышленность подобных действий невозможно.

Во-вторых, по словам Алексея Крылова, в законе прописано, что страховка не ограничивается минимальной суммой в 30 млн рублей, а должна расти пропорционально объемам выручки. Но понятие «выручка» трактуется не совсем однозначно. Например, для продавца, это все что он получил за продажу своих товаров или услуг, но для организации, которая работает по агентскому договору, выручка – это только сумма агентского вознаграждения. То есть, согласно официальному аудиту, выручка от реализации турпродукта вполне укладывается в рамки минимального страхового покрытия.

Пути решения

Объективно за последние двадцать пять лет туристический бизнес от профессионального туроперейтинга (непосредственного создания турпродукта) сместился в сторону финансового бизнеса. Значит, регулировать его должны соответствующие финансовые службы, оценивая уставной капитал, активы, пассивы, набор финансовых инструментов и финансовые гарантии туроператора. Туроператорский рынок поменялся, а законодательство – нет.

Страховой полис – более простой, но менее эффективный инструмент. Прикрываясь страховым полисом, мошенники легко могут воспользоваться дырами в законодательстве, в то время как банковская гарантия отсекает подобные возможности.

Выходом из положения может стать саморегулирование, тогда туроператоры могли бы сами регламентировать свою деятельность. Но государственные органы опасаются, что при саморегулировании крупные игроки закроют рынок для входа средним и мелким компаниям, создавая тем самым неравные конкурентные условия.

Казалось бы, самый простой вариант обезопасить российского туриста от безответственности туроператора – страховать отдельно каждую путевку от банкротства турфирмы. Но против этого выступают страховщики, потому что абсолютно непонятно, на основе чего рассчитывать стоимость такой страховки. Не согласны платить за страхование турфирмы от банкротства и сами туристы, справедливо полагая, что в таком случае лучше просто выбрать другого туроператора.

Всероссийский союз страховщиков (ВСС) направил в Центральный Банк и Минкультуры РФ письма с предложением принять экстренные меры по изменению законодательства в сфере туризма. В письмах за подписью президента ВСС Игоря Юргенса сформулированы предложения об изменении законодательства, регулирующего страхование гражданской ответственности за неисполнение обязательств по договору о реализации турпродукта. Так, предлагается усилить госрегулирование и контроль над допуском страховых организаций к страхованию ответственности туроператоров, ввести дополнительные требования к фи-

нансовой устойчивости, размеру уставного капитала, установить дополнительные ограничения и контроль максимального размера обязательств страховщика по этому виду страхования с учетом размера собственных средств и других финансовых показателей.

В качестве основы для обеспечения стабильности в работе системы по защите интересов туристов предлагается трехуровневая модель.

Первый уровень – это компенсационный фонд объемом не менее полумиллиона рублей (этих денег хватит, чтобы вывезти сразу примерно 60 тыс. туристов), который создается всеми участниками рынка, занимающимися выездным туризмом. Фонд должен использоваться для финансирования расходов по экстренной эвакуации туристов из-за рубежа в случае неисполнения обязательств туроператором и исключения его из реестра Ростуризма. При этом туроператор не вправе требовать страховых выплат по договору страхования ответственности.

Второй уровень – коммерческое страхование, или банковская гарантия, или их комбинация. Страховать ответственность туроператоров предлагается через страховой пул, управляемый единым объединением. Пуловое соглашение определяет требования к страховщикам – членам пула, условия страхования, включая применение экономически обоснованных тарифов или их минимальных уровней. Расчет страховой суммы (размера финансового обеспечения)

для каждого конкретного туроператора производится, исходя из планируемого на год количества туристов и лимита ответственности на каждого туриста, который устанавливается Центральным Банком РФ, исходя из емкости пула. Эта цифра умножается на 12%. Если в течение срока действия договора страхования фактическое количество туристов превышает планируемое, туроператор обязан достраховаться.

Третий уровень защиты – государственный. Он предполагает экстренную эвакуацию туристов из-за рубежа при форс-мажорных обстоятельствах (стихийные бедствия, военные действия и т.п.). В случае, если лимит ответственности по каждому туристу превысит расчетную величину ЦБ РФ, государство компенсирует страховщику разницу между суммой, выплаченной туристу в виде страхового возмещения, и лимитом ответственности на каждого туриста, установленном ЦБ, исходя из емкости пула.

ВСС предлагает наделить федеральные органы исполнительной власти более широкими полномочиями. Среди них – регулярный контроль финансовой устойчивости туроператоров, в том числе, при включении их в Единый федеральный реестр туроператоров.

В письмах за подписью президента ВСС Игоря Юргенса сформулированы предложения об изменении законодательства, регулирующего страхование гражданской ответственности за неисполнение обязательств по договору о реализации турпродукта.

Помимо этого, стоит расширить основания для исключения из реестра (например, если туроператор не исполнил обязательства перед туристами более чем на 500 тыс. рублей). ВСС также предлагает ввести требование систематической финансовой отчетности для туроператора, а возможно, и лицензирования его деятельности. «За счет максимального вовлечения в эту систему всех участников процесса удастся свести к нулю риски туристов, и при этом предлагаемые меры не приведут к существенному удорожанию конечного продукта для потребителя», – полагает Игорь Юргенс.

Серия громких уходов туроператоров с российского рынка в очередной раз обнажила серьезные проблемы туристического бизнеса, а последствия приостановки деятельности, в свою очередь, продемонстрировали, что система защиты ответственных туристов требует кардинальных изменений. Серьезные прецеденты случались и в предыдущие годы, определенные выводы и действия за ними последовали, но они были направлены скорее на лечение симптомов, нежели на устранение самих проблем.

«Число пострадавших граждан, размеры убытков и частота уходов туроператоров с рынка позволяют говорить о высокой социальной

значимости страхования и подтверждают оправданность существования многоуровневой системы защиты, о которой сегодня говорит страховое сообщество, – считает заместитель директора департамента страхования финансовых рисков и ответственности «АльфаСтрахование» Денис Зенка. – Только она в текущих условиях способна обеспечить финансовые гарантии российским туристам в случае прекращения деятельности операторов и предотвратить новые ситуации, когда размер финансового обеспечения будет выше резервов страховщика, или убытки будут гораздо выше, чем размер приобретенных гарантий».

Проблемный сегмент

«Ключевая проблема рынка страхования туроператоров заключена в самой финансовой модели ведения туристического бизнеса, основанной на, как говорят страховщики, *cash-flow underwriting* (когда доходы покрывают расходы лишь в текущем периоде, но превышают доходы в средне- и долгосрочной перспективе), – рассказывает генеральный директор компании «Важно. Новое страхование» Денис Гаврилов. – В этой ситуации важнейшим фактором является грамотная работа с дебиторской задолженностью, надежностью контрагентов и финансовым планированием. Учитывая, что данное страхование туроператоры рассматривают как страхование «для галочки», это приводит к дисбалансу между реальными объемами их ответственности и объемом приобретаемой ими

страховой защиты, поэтому многие страховщики, и мы не исключение, осознанно не занимаются данным видом страхования.»

«В настоящий момент на рынке сложилась критическая ситуация, доверие к туроператорам подорвано. Причины этого – мошенничество, плохое управление денежными потоками и демпинг. Крупные страховщики максимально сократили объемы бизнеса в данном сегменте. Происходит страхование только тех туроператоров, которые способны генерировать продажи по страхованию выезжающих за рубеж, сопоставимые с выплатами по ГО туроператоров. Страхование только рисков гражданской ответственности туроператоров страховым компаниям неинтересно. Подобные риски с учетом кумулятивного характера часто становятся критическими для страховых компаний, особенно небольших. Пока туристический бизнес не станет более прозрачным, пока не будут увеличены требования к капиталу туроператоров и ужесточена ответственность за мошенничество, солидные страховщики не будут страховать такие риски», – считает руководитель департамента андеррайтинга СК «МАКС» Сергей Печников.

Основные сложности для страховщика, по мнению начальника управления страхования ответственности компании «Ингосстрах» Дмитрия Мелехина, в первую очередь связаны с организацией процедуры урегулирования убытка, особенно в тех случаях, когда страховой суммы явно недостаточно для возмещения

всей суммы причиненного ущерба, и пострадавшие туристы находятся в различных регионах РФ. Также необходимо очень внимательно анализировать и изучать документы на предмет мошеннических действий со стороны недобросовестных сотрудников туроператора, которые могут включить в требования к страховщику необоснованные суммы. «Со стороны страхового сообщества были подготовлены предложения по исправлению сложившейся ситуации. Дальнейшие шаги во многом будут зависеть от политики государства. Но я не исключаю, что текущая ситуация – невозможность страхования туроператоров на крупные суммы в связи с ограниченностью российского страхового рынка, неадекватность полученных туристами страховых возмещений при банкротстве крупных туроператоров (как в случае с «Лабиринтом»), или даже полное отсутствие какого бы то ни было возмещения по причине финансовой несостоятельности страховщика, – может привести к полному отказу государства от регулирования данной отрасли. Следствием будет исключение требований по финансовым гарантиям из Закона «Об основах туристской деятельности». В этом случае туристам будет предложено решать проблему защиты своего отдыха самостоятельно (на-

пример, добровольно страхуя свои финансовые риски), тщательнее подходить к выбору туроператора, либо самим организовывать свой отдых», – говорит Мелехин.

По оценке экспертов, 2014 год станет самым убыточным за всю историю осуществления страхования ответственности туроператоров; прогнозировать конкретные размеры убытков преждевременно, но в любом случае, речь будет идти о сотнях миллионов рублей и убыточности значительно выше 100% в целом по рынку. Конечно, такая ситуация не может не привести к пересмотру политики страховых компаний в части анализа рисков, ужесточения критериев при заключении договоров страхования, а также корректировки страховых тарифов.

По оценке экспертов, 2014 год станет самым убыточным за всю историю осуществления страхования ответственности туроператоров; прогнозировать конкретные размеры убытков преждевременно, но в любом случае, речь будет идти о сотнях миллионов рублей.

Но нет худа без добра. Сложившаяся ситуация привела к росту спроса на сопутствующие страховые продукты, которые помогают туристам чувствовать себя более защищенными в поездке. Генеральный директор компании «Важно. Новое страхование» Д. Гаврилов отмечает, что их компания ощутила рост спроса на предоставление страховки на случай отмены поездки, на случай задержки багажа, опоздания на стыковку, задержку авиарейса и другие.

Елена Серебрянникова