



КРЫЖАНОВСКИЙ Александр,
начальник Департамента по работе с ключевыми
клиентами и брокерами страховой компании «УНИКА»

Страхование отелей – это безопасность туристов и репутация страны

В странах, активно развивающих въездной туризм, поток гостей из-за рубежа является важной составляющей дохода экономики и поступлений в бюджет. Соответственно, в таких государствах отельный бизнес хорошо развит. Украина же относительно недавно начала осваивать репутацию туристического направления. В частности, ЕВРО-2012 явилось стимулом для развития индустрии гостеприимства. При этом одной из ее необходимых составляющих, без которой гостиничный бизнес не обходится ни в одной из развитых стран, является страхование отелей.

О том, что представляет собой страхование объектов размещения и чем оно может быть полезно, рассказывает начальник Департамента по работе с ключевыми клиентами и брокерами страховой компании «УНИКА» Александр Крыжановский.

? – **Насколько украинские отели заинтересованы в приобретении страховых продуктов?**

– Страхование гостиничного бизнеса в Украине сейчас пребывает на начальной стадии. На данном этапе мы наблюдаем увеличение интереса к страховым продуктам со стороны владельцев и администрации отелей, однако, хотелось бы, чтобы заключение договоров происходило чаще.

? – **Но ведь в последнее время было несколько достаточно резонансных случаев – пожаров, которые должны были бы подтолкнуть отельеров к осознанию необходимости страхования своего бизнеса.**

– Действительно, интерес к страхованию со стороны гостиниц усилился по причинам пожаров, грабежей, частичного разрушения конструктивных элементов зданий. Соответственно, владельцы отелей заинтересовались тем, как они смогут себя обезопасить от подобного рода неприятностей.

? – **Что же сегодня препятствует развитию страхования гостиничного бизнеса?**

– Одна из главных причин заключается в том, что очень многие здания, в которых находятся украинские гостиницы «с именем», довольно старые. За время их существования не раз происходила смена руководства. Соответственно, нынешние собственники часто не владеют достаточной информацией относительно технического состояния вверенных им объектов. В ряде случаев никто не сможет ответить наверняка, когда в последний раз происходила замена проводки, производился ли ремонт несущих стен, перекрытий, канализации и когда и т.п.? На многих объектах ремонт производился поэтажно или даже в отдельных номерах при необходимости.

Нам как страховой компании, чтобы сделать предложение клиенту, необходимо оценить все риски. Риски мы можем понимать лишь после того, как отель пройдет независимую экспертизу. Однако если собственники не могут предоставить достаточный объем данных о состоянии здания, инженерных сетей и т.д., то оценка незави-

симым экспертом такого отеля будет стоить очень дорого.

В результате отельеры предпочитают не начинать эти дорогостоящие процедуры и воздерживаются от оформления страхового покрытия для своего бизнеса.

? – Насколько такая позиция является правильной?

– Отельерам, безусловно, самим решать – это ведь их бизнес. Но, на мой взгляд, им стоило бы активнее пользоваться услугами страховых компаний. Ведь отель представляет собой целое предприятие, к которому следует подходить с точки зрения комплексного покрытия, включающего следующие виды страхования: страхование имущества, страхование ответственности за телесные или имущественные повреждения постояльцев и посетителей, страхование ответственности работодателя, страхование от несчастного случая, добровольное медицинское страхование работников, страхование автопарка, страхование поломки оборудования, страхование перерыва производства.

? – Правильно ли я понимаю: проще всего застраховать новый отель или даже сетевой отель?

– Совершенно верно. Намного проще принять на страхование новые отели, так как в случае с ними нет проблем с оценкой. Для отелей, построенных «с нуля» определить стоимость очень просто, их собственники знают, сколько они вложили и, соответственно, сколько будут стоить тот или иной ремонт, реконструкция при наступлении страхового случая.

Если отель сетевой, то тут система экспертной оценки еще более проста. У каждой отельной сети существует единая классификация номерного фонда, что позволяет достаточно подробно оценить каждый номер. Вплоть до того, что сетевые отели могут выдать среднюю стоимость номера по Европе. Безусловно, нам с таким клиентом проще работать. К тому же они ответственной подходят к вопросу страхования, а одним из преобладающих видов для них является страхование профессиональной ответственности.

Мы можем сделать предложение как для одного отеля, так и для любой из украинских сетей. Разумеется, для всей сети мы можем сделать хорошую скидку.

? – Какие преимущества получает отель при комплексном страховании или страховании всей сети объектов размещения?

– Комплексное имущественное страхование рисков гостиниц потому и называется комплексным, что предполагает покрытие таких рисков, как конструктивные элементы зданий, отделка, бытовая техника и мебель. В номерах премиум-класса (например, люкс, президентский) услуги страхования более востребованы – ведь тут присутствуют дорогие предметы интерьера, технические инновации, мебель, отделка, много стекла, хрупких дизайнерских элементов и т.д. У некоторых отелей в парке представлены дорогие автомобили – вплоть до таких марок, как Rolls-Royce.

Что еще немаловажно, комплексное покрытие позволяет экономить на страховании до 40%.

? – Как рассчитываются страховые тарифы?

– При расчете страховых тарифов основное внимание обращается на техническое состояние здания, качество фундамента, несущих конструкций, инженерных сетей, канализации, водопровода, электропроводки.

Не каждая страховая компания может грамотно оценить риск как нового, так и уже функционирующего не один год отеля, т.к. если фигурируют большие страховые суммы, необходим комплексный вординг (условия, права и обязательства сторон), охватывающий одновременно несколько видов покрытия, разная направленность отелей тоже влияет на условия страхования.

UNIQA имеет опыт такого страхования, равно как и оценки, предварительного осмотра и урегулирования как мелких постоянных убытков, так и крупных, которые затрагивают разные слои покрытия. Мы готовы участвовать в сложных рисках и способствовать еще более активному развитию гостиничного бизнеса в Украине. ■



Страховая компания «УНИКА» (до апреля 2010 года – Страховая компания «Кредо-Классик») – один из лидеров страхового рынка Украины, создана 10 февраля 1994 года, присутствует во всех секторах «non-Life» страхования.

Входит в состав UNIQA Group Austria с 2006 года.

Компания осуществляет прода-

жи более 90 видов страховых услуг и имеет 30 лицензий, выданных Национальной комиссией по урегулированию финансовых услуг Украины.

Страховая компания «УНИКА» имеет разветвленную региональную сеть продаж, которая насчитывает 26 региональных дирекций, а также 228 отделений и точек продаж.

По результатам деятельности за 2011 год объем собранных страховых премий компании «УНИКА» составил 635,3 млн грн. Общий объем выплаченных страховых возмещений составил 322,4 млн грн., что на 45,8% превышает аналогичный показатель прошлого года. Факти-

ческий запас платежеспособности превышает нормативный на 29,6% и составляет 120,9 млн грн., что позволяет компании выполнять все свои обязательства перед клиентами своевременно и в полном объеме. Оплаченный уставный капитал компании «УНИКА» составляет 119,5 млн грн.

UNIQA Group Austria – один из лидеров страхового рынка Австрии. Более 22 000 сотрудников и страховых посредников группы обслуживают около 7,4 млн клиентов и 15 300 000 страховых договоров в 20 странах Центральной и Восточной Европы. Объем подписанных премий UNIQA Group в 2011 году составил 5,97 млрд евро.