

Ингосстрах» при содействии Финансового университета при Правительстве РФ провел исследование, посвященное оценке перспектив развития внутреннего туризма и страхования путешествий по России. Основой для исследования послужили опросы населения, проведенные весной и летом 2019 года в 78 городах РФ с населением более 250 тыс. человек и в ряде небольших городов, а также база данных «Ингосстраха» и собственная экспертиза компании.

Согласно полученным результатам, в настоящий момент россияне положительно оценивают перспективы внутреннего туризма – около 29% опрошенных полностью согласны с тем, что туризм играет важную роль в жизни их города, и 30% отметили, что роль туризма в жизни города возрастает.

Наибольшая доля жителей, высоко оценивающих роль туристического направления в жизни города, зафиксирована в Калининграде (88%), Сочи (75%), Пскове (73%), Санкт-Петербурге (73%), Севастополе (72%), Кисловодске (71%), Керчи (66%), Пятигорске (56%), Казани (55%) и Петропавловске-Камчатском (55%). К числу городов с возрастающей ролью туризма участники опроса отнесли: Ессентуки, Кызыл, Муром, Белгород, Москву и Сергиев Посад.

Кроме того, результаты исследования выявили формат туристической активности, имеющий самые хорошие перспективы развития – гастрономические туры, фестивали еды или национальной кухни (26% опрошенных). Больше всего любителей такого отдыха живет в Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге, Казани, Томске и Твери. При этом, по оценке «Ингосстраха», популярность данных форматов выросла за 2018-2019 гг. на 20%.

На втором месте по популярности мероприятия, посвященные историческим событиям – фестивали, реконструкции и выставки (18% опрошенных). Наиболее востребованы такие мероприятия в Смоленске, Петрозаводске, Белгороде, Туле и Пскове. При этом эксперты оценили динамику роста популярности данного формата в 70% за 2018-2019 гг. Ремесленные ярмарки и выставки пользуются популярностью лишь у 8% россиян. Отметим, что свыше 90% опрошенных заявили, что если мероприятие любого из перечисленных форматов проводится в другом городе, то вероятность его посещения значительно снижается – о готовности к поездке сообщили от 1,5% до 4% респондентов.

Помимо исследования предпочтений россиян, эксперты «Ингосстраха» проанализировали состояние и перспективы развития страхования путешествий по России. Текущая ситуация характеризуется невысоким проникновением страхования внутрироссийских поездок в силу добровольного характера страхования, недостаточной информированности туристов о возможностях полиса страхования, а также отсутствия спроса со стороны организаторов туров. К примеру, в большинстве ситуаций страховая защита на время организованных туров (групповых экскурсий, поездок) ограничена обязательным страхованием ответственности перевозчиков, которое покрывает только транспортные риски.

От других рисков, включая риск несчастного случая, защищены не более 0,5% организованных экскурсионных групп. Наибольшее распространение данный вид получил в Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Уфе, Екатеринбурге и Серпухове. Большая часть полисов страхования для внутрироссийских путешествий

связана с защитой от рисков травм при занятиях спортом – горнолыжным либо другим экстремальным видом. Ежегодно тысячи россиян оформляют данный вид страхования. Тем не менее, «Ингосстрах» отмечает рост спроса на программы страхования туристов, путешествующих по России. По данным страховщика, в 2017 году 60 тыс. путешественников приобрели такие полисы, а в 2018 году – около 237,6 тыс. человек. Динамика роста спроса сохраняется и в первом полугодии 2019 года: полисы страхования при путешествиях по России в «Ингосстрахе» приобрели 640,1 тыс. человек.

«Несмотря на низкий уровень общего проникновения, наша компания фиксирует постепенное увеличение спроса туристов на программы страхования во время путешествий по России. Процесс проходит как на фоне переориентации турпотоков с зарубежных направлений, так и повышения общей информированности населения о подобных программах. Безусловно, для качественного изменения ситуации потребуются комплексная и слаженная работа всех участников – страховщиков, туроператоров, руководителей органов власти и профильных организаций. Возможные варианты сотрудничества – совместные информационно-образовательные активности, организация акций и спецпредложений, а также партнерство в рамках развития туристических брендов городов», – комментирует заместитель начальника управления страхования путешественников «Ингосстраха» Лариса Антонова.

Источник: Википедия страхования, 11.09.2019