

Університету «КРОК», 2024. Вип. (2(74), 250–264.  
<https://doi.org/10.31732/2663-2209-2024-74-250-264>

3. Канеман Д. Мислення швидке й повільне / Д. Канеман; пер. з англ. Т. Цимбалюк. Київ : Наш Формат, 2016. 504 с.

4. Klein G. Sources of Power: How People Make Decisions. MIT Press, Cambridge, Mass, 1998. pp. 1–30.

5. Gigerenzer G. The intelligence of intuition: Why smart people listen to their gut. London : Allen Lane, 2023. 288 с.

6. Schein E. H. Organizational Culture and Leadership. – 5th ed. – Hoboken, NJ : Wiley, 2017. 448 с.

7. Kotter, J. P. Leading Change. Boston, MA : Harvard Business Review Press, 2012. 208 с.

8. Подзігун, С. М. Стратегії кризових комунікацій під час війни. *Економічні горизонти*. 2024. № 2–3(28). С. 139–148. DOI:10.31499/2616-5236.2(28).2024.305969.

9. UETS. Життєві орієнтації та стратегії подолання стресу державними службовцями в умовах війни. <https://uets.edu.ua/news/zhyttyevi-oriyentacziyi-ta-strategiyi-podolannya-stresu-u-derzhavnyh-sluzhbovcziv-v-umovah-vijny/>

10. Михацька А. Організаційне лідерство в умовах кризи: стратегічні підходи до управління змінами. *Успіхи і досягнення у науці*. 2024. Вип. (8(8)). С. 458–467.

***Ігор Андрущенко,***

професор кафедри економіко-  
правових дисциплін навчально-  
наукового інституту права  
та психології Національної академії  
внутрішніх справ, кандидат  
юридичних наук, професор

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ**

Страховий ринок будь-якої держави є важливим елементом її фінансової системи. В Україні розвиток страхового ринку стикається з низкою викликів, серед яких особливої уваги потребує питання ефективної комунікації між його учасниками, на кшталт страховиків, страхових посередників, державних регуляторів та споживачів страхових послуг. Комунікація у сфері страхування має ключове значення для підвищення довіри

населення, прозорості діяльності страховиків та стабільності ринку.

Якщо ж мова йде про ефективну комунікацію на страховому ринку, то вона:

- сприяє формуванню позитивного іміджу страховиків;
- забезпечує інформованість населення стосовно переваг страхування;
- дозволяє своєчасно реагувати на зміну потреб страхувальників;
- формує ринкові умови для конкуренції;
- є запорукою зниження рівня страхового шахрайства.

Проте, нині можна визначити ряд базових проблем, що мають місце на страховому ринку України:

- низький рівень фінансової грамотності населення (значна кількість громадян не розуміють сутності страхових послуг, умов договорів і своїх прав як потенційних страхувальників);
- невисокий рівень довіри до страхових компаній (такий результат спричинено як негативним досвідом окремих страхувальників, так і недостатньою відкритістю страховиків);
- недостатня прозорість інформації про страхові продукти, особливо в онлайн-середовищі;
- слабкий зворотний зв'язок зі страхувальниками, що ускладнює коригування страхових продуктів під реальні потреби ринку;
- відсутність єдиного комунікаційного простору між державними органами, страховиками та страхувальниками.

Стосовно підвищення ефективності комунікації на вітчизняному страховому ринку України, то можна запропонувати такі заходи:

- розвиток цифрових каналів комунікації: створення зручних сайтів, мобільних застосунків, чат-ботів для консультацій і обслуговування клієнтів;
- проведення регулярних інформаційних кампаній з метою підвищення фінансової та страхової грамотності потенційних страхувальників;
- посилення прозорості та відкритості діяльності страховиків: регулярна публікація звітів, пояснення умов страхування, демонстрація прикладів виплат;

- створення спільних платформ для взаємодії між страховиками, Національним банком України, громадськими організаціями та страхувальниками;
- підвищення стандартів професійної етики серед страхових агентів і брокерів;
- використання соціальних мереж як платформи для комунікації, оперативного зворотного зв'язку та репутаційного менеджменту.

У цьому контексті держава, враховуючи її визначальну роль, в особі Національного банку України, як регулятора на страховому ринку України повинна:

- стимулювати розвиток прозорих комунікаційних стандартів;
- впроваджувати нормативні вимоги щодо розкриття інформації;
- забезпечувати контрольню-наглядові функції за дотриманням прав та законних інтересів страхувальників;
- підтримувати незалежні платформи для подання скарг, відгуків та оцінки якості страхових послуг [1, с. 64–65].

Насамкінець, підкреслимо, що побудова ефективної комунікації на страховому ринку України є ключовою умовою для підвищення рівня довіри до страхування, формування позитивного сприйняття страхових послуг та подальшого розвитку страхової сфери. Тільки завдяки тісній взаємодії всіх учасників ринку, впровадженню сучасних технологій та прозорих підходів, можливо досягти позитивної динаміки у своєму розвитку та забезпечити відповідність вимогам європейських стандартів.

#### ***Список використаних джерел***

1. Калюжний Р. А., Гавловський В. Д., Андрущенко І. Г. Окремі питання протидії шахрайству у сфері страхування. *Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика)*. 2007. № 17. С. 57–68.