

SECTION 4. MARKETING AND LOGISTICS ACTIVITIES

Михайлов Артем Русланович

здобувач вищої освіти факультету економіки і управління
Хмельницький національний університет, Україна

Науковий керівник: Забурмеха Євгенія Михайлівна 

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри
Хмельницький національний університет, Україна

МАРКЕТИНГ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ

Сьогодні Україна переживає глобальну кризу у вигляді повномасштабної війни з Росією, що не може не відобразитись і на маркетингу, в тому числі і маркетингу страхування. Останні роки спостерігається тенденція до зниження кількості страхових компаній в Україні: лише за 2021-ий рік їх кількість скоротилась з 210-ти на початку 2021-го року до 155 наприкінці 2021-го. В тому числі цьому посприяла криза пов'язана з пандемією COVID-19 [1]. Попри негативний ефект пандемії коронавірусу а ринок страхових послуг, менеджери страхових компаній відзначають і позитивний вплив коронакризи, завдяки якому вони були краще готові до війни через відпрацьовані механізми переходу на дистанційну роботу та діджиталізації організації маркетингу в цілому, що дозволило в короткий термін відновити та пристосувати роботу до нових умов. Усі страхові компанії потерпають від війни, основними проблемами спричинених війною є: скорочення кількості центрів обслуговування клієнтів через евакуацію, фізичне знищення об'єктів нерухомості, або тимчасове захоплення територій. Також проблемою є організація врегулювання страхових випадків в регіонах, де ведуться бойові дії, наприклад огляд транспортних засобів, отримання та оформлення оригіналів документів для подання страховику, або отримання відшкодування, проблеми з викликом поліції на місце ДТП. З а час війни сталась велика кількість розривів договорів з страховими компаніями через фінансові труднощі, або виїзд за кордон [2].

Через військові дії і відповідно велику матеріальну шкоду завдану громадянам такі страхові компанії як: INGO, Aon, UNIQA, ARX, HotLine, VUSO та інші, пропонують своїм клієнтам страхові поліси, що покривають шкоду від воєнних дій ворога, що є актуальним і дозволяє зберігати кількість клієнтів [3]. Також з початку війни вкрай актуальними стали туристичні поліси та автострахування (зокрема, за кордоном), не менш важливою стала можливість оформлення та купівлі страховки он-лайн, адже не у всіх є можливість відвідати фізичний центр обслуговування страхової компанії. На сьогоднішній день страховий поліс можна оформити без необхідності відвідувати фізичний центр обслуговування: замість оригіналів дозволено відправляти фото документів, замість фізичних підписів електронні, замість оплати готівкою, безготівкова оплата [3].

Однією з конкурентною перевагою на сьогоднішньому ринку страхування є можливість використання різних каналів зв'язку: Телеграм-канали, соціальні мережі, мобільні додатки. Такі канали зв'язку дозволяють клієнтам не тільки зв'язуватись з компанією, що надає послуги, але створювати клієнтську спільноту, де одні клієнти

компанії допомагають іншим, можуть дати свій відгук, пораду, або просто підтримувати одне одного у складних життєвих ситуаціях. Цей елемент маркетингу стосунків є вкрай ефективним і при цьому абсолютно природнім, компанія в даному випадку лише є фактором, що об'єднує людей.

Також змінюється підхід до реклами та просування. Безліч брендів вже зробили свої креативи пов'язані з сучасною соціальною та політичною ситуацією в країні. Нижче наведено деякі приклади:

HotLine: «Деякі істоти полюють на пральні машинки. А ми з України. І страхуємо свої машинки онлайн на [hotline.finance](https://www.hotline.finance) [4].»

Українське відділення компанії UNIQA випустила відеоролик, де працівники різних відділень з різних регіонів країни показують, що вони продовжують працювати та виконувати свої обов'язки [5].

VUSO: «КАСКО Patriot – унікальна страхова програма, яка крім покриття стандартних ризиків за договором КАСКО оборонятиме вашу фінансову стабільність та автомобіль від наслідків війни [6].»

ARX: «Продукт, який на часі. Ми не можемо гарантувати безпеку, ми не можемо накрити куполом кожного, але ми можемо запропонувати захист від наслідків для головного в житті – для здоров'я себе та своїх близьких Ми виплачуємо цивільним громадянам за шкоду життю та здоров'ю від нещасних випадків у побуті та внаслідок воєнних дій – влучення снарядів, мін, куль, обрушення будівель, наслідки пожежі, мінування територій, тощо [7].»

Допомога ЗСУ та благодійність. Як показує практика та багаточисельні дослідження, благодійність допомагає завоювати лояльність клієнтів, особливо коли підкреслюється їх позитивний вклад. Страхові компанії є не виключенням. На своїх Інтернет-ресурсах страхові компанії публікують інформацію про свої благодійні програми та пожертви на потреби країни в цілому та Збройних сил України, зокрема компанія ARX перевела на допомогу армії 7,6 млн грн, UNIQA об'єдналась з фондом Сергія Притули, hotline дає клієнтам знижку на автоцивілку, яку пропонує пожертвувати знижку на потреби ЗСУ [7,8,9,10].

Висновок. Війна в Україні не зупинила діяльність більшості страхових компаній, але вплинула на їх організацію та просування. Серед основних змін і тенденцій страхового маркетингу можна виділити наступні: розробка нових продуктів, що відповідають потребам населення під час війни, акцент на благодійності і допомозі Збройним силам України та постраждалим від російської агресії, рекламні креативи та матеріали, що враховують ситуацію в країні, продовження курсу на діджиталізацію, дистанційну роботу, та застосування соціальних медіа для підтримки зв'язку з клієнтами, зниження кількості клієнтів.

Список використаних джерел:

1. *Наглядова статистика.* (2020). Національний банк України. <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist>
2. Олександра Кознова. (2022, 13 квітня). *Ринок страхування продовжує працювати | Think brave.* Think brave | Останні новини бізнесу України. https://biz.ligazakon.net/news/210536_rinok-strakhuvannya-prodovzhu-pratsyuvati
3. ARX. (2022, 14 квітня). ARX. <https://arx.com.ua/produkty/accident-insurance>
4. Hotline Finance. (2022, 18 липня). *Страховка? Звісно онлайн — hotline.finance* [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=uFDqIMUpplc>
5. Страхова компанія УНІКА. (2022, 13 травня). *УНІКА Україна продовжує працювати* [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ljhD5zehCu8>
6. Страхова компанія УНІКА. (2022, 13 травня). *УНІКА Україна продовжує працювати* [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ljhD5zehCu8>

7. Страхова компанія ARX. (2022, 30 серпня). *Бронезахист – страхування від нещасних випадків! Покриваємо наслідки воєнних дій для цивільних* [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=0b2aKh3EhLw>
8. Головна - блог Компанії УНІКА. (б. д.). https://uniqa.ua/?gclid=CjwKCAjw79iaBhAJEiwAPYwoCNT7JKcXpvk-gCE1FE8noeSuspUDZdqDyZSC7_ja5zMLKF32VoQD9xoC4RUQAvD_BwE?gclid=CjwKCAjw79iaBhAJEiwAPYwoCNT7JKcXpvk-gCE1FE8noeSuspUDZdqDyZSC7_ja5zMLKF32VoQD9xoC4RUQAvD_BwE
9. *Купуй страховку онлайн — допомагай ЗСУ | hotline.finance.* (2022). Hotline.finance. <https://hotline.finance.ua/articles/info/kupuy-strahovku-onlayn-dopomagay-zsu>
10. *Ще 3 млн грн перераховано на підтримку ЗСУ - Блог ARX.* (2022). ARX. <https://arx.com.ua/blog/press/shche-3%20mln-%20hrn-pererakhovano-%20arx-%20na-%20potreby-%20zsu>