

## Антикризові стратегії розвитку страхових компаній України та Польщі в умовах Covid-19

В умовах посилення загроз щодо фінансової стійкості бізнесу у період Covid-19 антикризові стратегії розвитку є основою забезпечення успішного функціонування та підтримання конкурентоспроможності не лише на вітчизняному, але й глобальних ринках. Страхові компанії формують та впроваджують антикризові стратегії відповідно до вимог циркулярної економіки та з урахування інтересів стейкхолдерів. Відповідно до цього метою дослідження є визначення основних антикризових стратегій розвитку, яких дотримуються страхові компанії під час Covid-19, завдяки чому досягається фінансова стійкість. Визначено особливості стратегій, які були до пандемії та сформувалися у період пандемії. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес є тим видом діяльності, який враховує умови циркулярної економіки. Саме в ньому виникають в період Covid-2019 найвищі ризики. Відповідно до цього страхові компанії повинні видозмінювати стратегії розвитку згідно запитів стейкхолдерів задля збалансування інтересів. Під антикризовою стратегією розвитку страхових компаній в період пандемії та криз розуміємо інструмент вирішення суперечності в процесі розвитку компанії в умовах прояву кризи або її загрози. Причому процес розвитку страхової компанії є неминучим із урахуванням проявів циркулярної економіки, збільшення кількості криз на національному, регіональному та локальному рівнях. Завдяки цьому страхові компанії змінили та укрупнили антикризові стратегії розвитку у період Covid-2019. Новостворена стратегія концентрації зусиль об'єднала стратегію тривалих планомірних змін та стратегію збалансування інтересів страхової компанії та стейкхолдерів. Натомість виникли нові стратегії інновацій та підтримки достатнього рівня фінансової стійкості. Окремо варто виділити маркетингову стратегію, яка забезпечує імідж страхових компаній.

**Ключові слова:** антикризова стратегія, розвиток, страхові компанії, ризик, криза, Covid-2019, туристичний бізнес, готельно-ресторанний бізнес, імідж, балансування інтересів

**Класифікація JEL:** G01, G22, H12



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

## Антикризисные стратегии развития страховых компаний Украины и Польши в условиях Covid-19

В условиях усиления угроз финансовой устойчивости бизнеса в период Covid-19 антикризисные стратегии развития являются основой обеспечения успешного функционирования и поддержания конкурентоспособности не только на отечественном, но и глобальных рынках. Страховые компании формируют и внедряют антикризисные стратегии в соответствии с требованиями циркулярной экономики и с учетом интересов стейкхолдеров. В соответствии с этим целью исследования является определение основных антикризисных стратегий развития, которых придерживаются страховые компании в условиях Covid-19, благодаря чему достигается финансовая устойчивость. Определены особенности стратегий, которые были до пандемии и сформировались в период пандемии. Туристический и гостинично-ресторанный бизнес является тем видом деятельности, который учитывает условия циркулярной экономики. Именно в нем возникают в период Covid-2019 высокие риски. В соответствии с этим страховые компании должны видоизменять стратегии развития согласно запросам стейкхолдеров для сбалансирования интересов. Под антикризисной стратегией развития страховых компаний в период пандемий и кризисов понимаем инструмент разрешения противоречия в процессе развития компании в условиях проявления кризиса или его угрозы. Причем процесс развития страховой компании неизбежный с учетом проявлений циркулярной экономики, увеличения количества кризисов на национальном, региональном и локальном уровнях. Благодаря этому страховые компании изменили и укрупнили антикризисные стратегии развития в период Covid-2019. Вновь созданная стратегия концентрации усилий объединила стратегию длительных планомерных изменений и стратегии сбалансирования интересов страховой компании и стейкхолдеров. Зато возникли новые стратегии инноваций и поддержания достаточного уровня финансовой устойчивости. Отдельно стоит выделить маркетинговую стратегию, которая обеспечивает имидж страховых компаний.

**Ключевые слова:** антикризисная стратегия, развитие, страховые компании, риск, кризис, Covid-2019, туристический бизнес, гостинично-ресторанный бизнес, имидж, балансировка интересов

**Классификация JEL:** G01, G22, H12



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе при условии наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.