

**Весільне страхування
(шифр)**

**Формування ринку весільного страхування в Україні:
міжнародний досвід, передумови становлення та стратегічні напрями
розвитку в умовах воєнної невизначеності**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. СУЧАСНИЙ СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ВЕСІЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ.....	6
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕАЛІЙ І ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ РИНКУ ВЕСІЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	
2.1. Структурно-демографічний аналіз динаміки шлюбів та розлучень в Україні у 2021–2025 роки.....	15
2.2. Реалії стану ринку весільного страхування в Україні.....	19
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ВЕСІЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ НА ЗАСАДАХ КОНЦЕПЦІЇ “BLUE OCEAN”.....	22
ВИСНОВКИ.....	30
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	31
ДОДАТКИ	32

ВСТУП

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку світової економіки та трансформації ринку страхових послуг дедалі більшого значення набувають спеціалізовані види страхування, орієнтовані на покриття ризиків окремих подій. Одним із таких сегментів є весільне страхування (wedding insurance), яке сформувалося на перетині індустрії організації подій та фінансових механізмів управління ризиками. Зростання популярності цього виду страхових послуг пов'язане із збільшенням витрат на організацію весільних церемоній, розширенням масштабів святкових заходів та підвищенням фінансової відповідальності їх організаторів. У зв'язку з цим страхування весільних заходів поступово перетворюється на важливий інструмент мінімізації фінансових втрат та підвищення стабільності індустрії організації подій. Разом із тим міжнародний ринок весільного страхування характеризується нерівномірністю розвитку, що зумовлено відмінностями регіональних страхових систем, фінансової культури населення, регуляторного середовища та соціокультурних традицій різних країн.

Український ринок весільного страхування знаходиться тільки на початковій стадії формування. У зв'язку з цим виникає необхідність комплексного вивчення глобального ринку весільного страхування з метою визначення основних тенденцій його розвитку, регіональних особливостей функціонування, ризиків та перспектив подальшого зростання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз наукових праць останніх п'яти років свідчить про зростання інтересу дослідників до проблематики розвитку світового ринку весільного страхування як складової сегмента страхування подій. Дослідженню цієї проблематики присвячено наукові праці О. Середи [1], М. Пахомової і Н. Єршової [2, с. 17-21], R. Sharma та V. Chandola [3], С.V. Ranjani [4, с. 15-17], L. Pandiri [5].

Також весільне страхування є об'єктом постійної аналітики багатьох зацікавлених сторін. Так аналітику ринку страхування подій, в тому числі і

весіль, на 2026-2033 роки представлено глобальними аналітичними організаціями та центрами преміальних ринкових досліджень і статистичних звітів, а саме: SkyQuest Technology Group [6], Global Market Technology [7], Wise Guy Reports [8] та інші.

Метою дослідження є комплексний аналіз глобального та українського ринку весільного страхування, визначення ризиків та перспектив його розвитку, обґрунтування доцільності впровадження інноваційних страхових продуктів на засадах концепції “Blue Ocean”.

Об’єктом дослідження є ринок весільного страхування як сегмент страхування подій.

Предметом дослідження є економічні, організаційні та ризикові аспекти функціонування й розвитку весільного страхування в умовах воєнної економіки.

Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання**:

- здійснити аналіз сучасного стану і регіональних особливостей розвитку глобального ринку весільного страхування.
- дослідити динаміку шлюбно-сімейних процесів в Україні як фактор формування попиту на послуги весільного страхування;
- оцінити сучасний стан, ризики та потенціал розвитку ринку весільного страхування в Україні;
- обґрунтувати стратегічні підходи до формування українського ринку весільного страхування на засадах концепції “Blue Ocean”.

Наукова новизна полягає в обґрунтуванні необхідності застосування концепції “Blue Ocean” для формування ринку весільного страхування в Україні як нового сегмента страхового ринку, створеного в умовах воєнної економіки, а також у впровадженні інноваційного страхового продукту, орієнтованого на управління подієвими ризиками.

Методика дослідження базується на використанні таких методів, як аналіз і синтез – для узагальнення наукових підходів і ринкових тенденцій; порівняльний аналіз – для дослідження регіональних відмінностей глобального ринку; статистичний аналіз – для оцінки ринкових показників, динаміки шлюбів

і розлучень; прогнозування – для визначення перспектив розвитку ринку; SWOT-аналіз – для оцінки сильних і слабких сторін потенційного ринку весільного страхування в Україні; системний підхід – для комплексного дослідження взаємозв'язків між факторами ринку.

Впровадження та практична цінність результатів дослідження.

Результати проведеного дослідження отримали позитивну оцінку викладачів кафедри кадрової, мобілізаційної та організаційно-штатної роботи Навчально-наукового інституту логістичного забезпечення Військової академії (м. Одеса), впроваджені в освітній процес і використовуються при викладанні дисциплін кафедри, що підтверджено довідкою про впровадження (довідка від 16.02.2026 року).

Матеріали роботи знайшли відображення в 1 тезах доповідей X Всеукраїнської науково-практичної конференції «Трансформація фінансової системи України: тенденції та перспективи розвитку» (19-20 листопада 2026 року, м. Миколаїв, МНАУ), та статті у електронному науковому виданні з економіки «Modern Economics» (№ 55).

Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (13 найменувань) та 12 додатків. Обсяг основного тексту 30 сторінок, у тому числі 7 таблиць та 7 рисунків.

РОЗДІЛ 1. СУЧАСНИЙ СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ВЕСІЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ

Міжнародний ринок весільного страхування формується під впливом зростання вартості урочистих заходів, підвищення фінансової відповідальності споживачів та загальної тенденції до управління ризиками у сфері приватних подій. Протягом останнього десятиріччя цей сегмент трансформувалася з вузькоспеціалізованого страхового продукту у динамічний напрям event-insurance із чітко вираженою регіональною специфікою розвитку. Після пандемії COVID-19 попит на страхування скасування та перенесення весіль суттєво зріс, що стимулювало страховиків до розширення покриття та вдосконалення умов полісів. Особливо активно ринок розвивається у країнах з високим середнім бюджетом весіль та розвиненою страховою культурою.

Водночас темпи зростання, рівень проникнення послуги та структура страхових продуктів істотно відрізняються залежно від регіону світу. Так, у Північній Америці весільне страхування має найбільш сформовану модель функціонування, тоді як в Південній Америці воно проходить процес зародження, а в країнах Європи спостерігається поступове розширення попиту на цю послугу. Азіатсько-Тихоокеанський регіон демонструє найвищі темпи приросту завдяки масштабності весільної індустрії, тоді як ринки Близького Сходу та Африки перебувають на стадії становлення [3].

Ландшафт страхових продуктів на міжнародному ринку страхування весіль характеризується подвійним акцентом як на зменшенні ризиків, так і на душевному спокої страхувальників. Основні пропозиції зазвичай включають страхування від скасування, яке захищає від фінансових втрат через непередбачені обставини, що змушують перенести або скасувати захід. Доповнює це страхування відповідальності.

Разом з тим, міжнародний ринок весільного страхування умовно можна сегментувати наступним чином:

1. За демографічним станом (стать, вік).
2. За типом страхового покриття (страхування відповідальності, страхування від скасування/перенесення весілля, страхування від руйнування локації, страхування від погодніх умов, страхування майна, медичні витрати, страхування за невиконання постачальником своїх зобов'язань, покриття втрачених або пошкоджених особистих речей на місці проведення заходу).
3. За типом оплати (одноразовий платіж, розстрочка, підписка).
4. За каналом розповсюдження (он-лайн, брокер, прямий).
5. За типом кінцевого користувача (індивідуальні клієнти (пари молодят), організатори весілля, заклади та місця проведення весіль, кейтерингові компанії, некомерційні організації).
6. За тривалістю поліса (короткостроковий, середньостроковий, довгостроковий).
7. Регіони розповсюдження весільного страхування (Додаток А).

З метою визначення тенденцій та перспектив розвитку міжнародного ринку весільного страхування, здійснимо порівняльний аналіз цього глобального ринку страхових послуг у регіональному контексті. Регіональна структура міжнародного світового ринку весільного страхування, що була зафіксована у 2025 рік, наведено на рисунку 1.1.

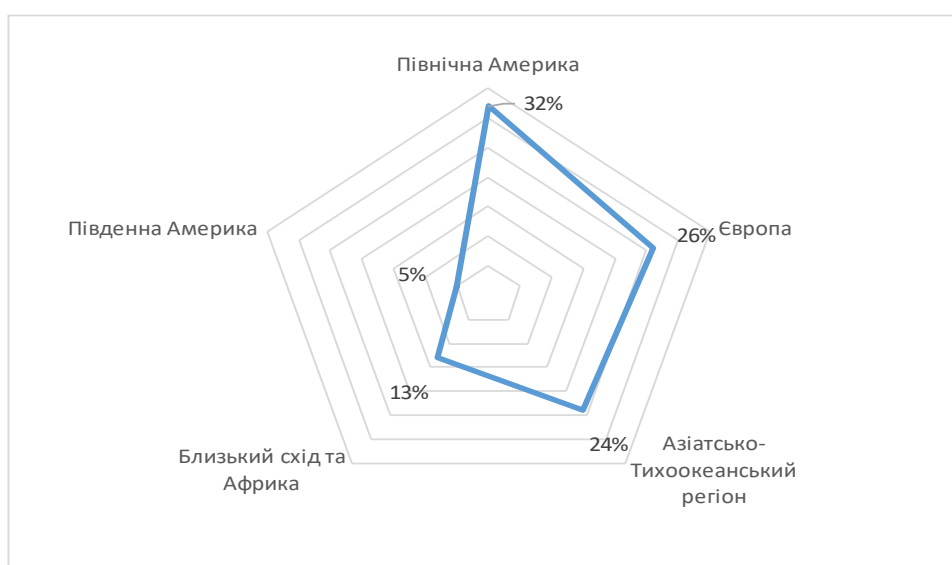


Рисунок 1.1. Регіональна структура міжнародного ринку весільного страхування, 2025 рік

Джерело: розроблено авторами з використанням [7]

Північна Америка залишається інноваційним лідером світового ринком весільного страхування зі зрілими каналами та витонченими очікуваннями клієнтів. Її частка складає приблизно 32% у 2025 р. глобального ринку весільного страхування (сумарний розмір USD 973 млрд у 2025 р.). США є найбільшим національним ринком у Північній Америці (57,6% в регіоні) і значною мірою визначають глобальні тренди у wedding insurance.

У США приблизно 64% пар в якості страхового продукту обирають покриття відповідальності, а близько 52% купують страхування від скасування весілля. Поширеним також є покриття для проведення весільної церемонії закордоном, яке обирають 33% американських пар. Також основні сегменти страхових послуг охоплюють страхування місця проведення, майна, гостей та спеціальних атрибутів весілля [10].

Попит в цьому регіоні зумовлений сильною купівельною спроможністю населення, раннім впровадженням нових технологій/продуктів та високим рівнем цифровізації B2B/B2C. Ключові осередки зростання включають преміальні сегменти, цикли модернізації та закупівлі підприємств. Нормативні бази і США, і Канади загалом прозорі, але можуть бути суворими (безпека, дані/конфіденційність, екологія), що збільшує витрати на дотримання вимог для нових учасників. Дистрибуція сприяє омніканальним стратегіям: прямі продажі, національні роздрібні торговці та електронна комерція. Інтенсивність конкуренції висока.

Європейський ринок за обсягом становив у 2025 році близько 26% світового ринку весільного страхування. Європа має неоднорідний попит на цей вид страхових послуг. Західна Європа демонструє зрілий попит з акцентом на сталий розвиток та якість, тоді як Східна Європа пропонує конкурентоспроможне за ціною розширення з новим впровадженням. У Західній Європі приблизно 20% пар купують страхування весілля як частину управління ризиками. Найпотужніші ринки весільного страхування в Європі у 2025 році знаходилися у Великій Британії (35,9% від усього європейського сегменту), у Німеччині (31,8%), Франції (20,6%) (рис. 1.2).

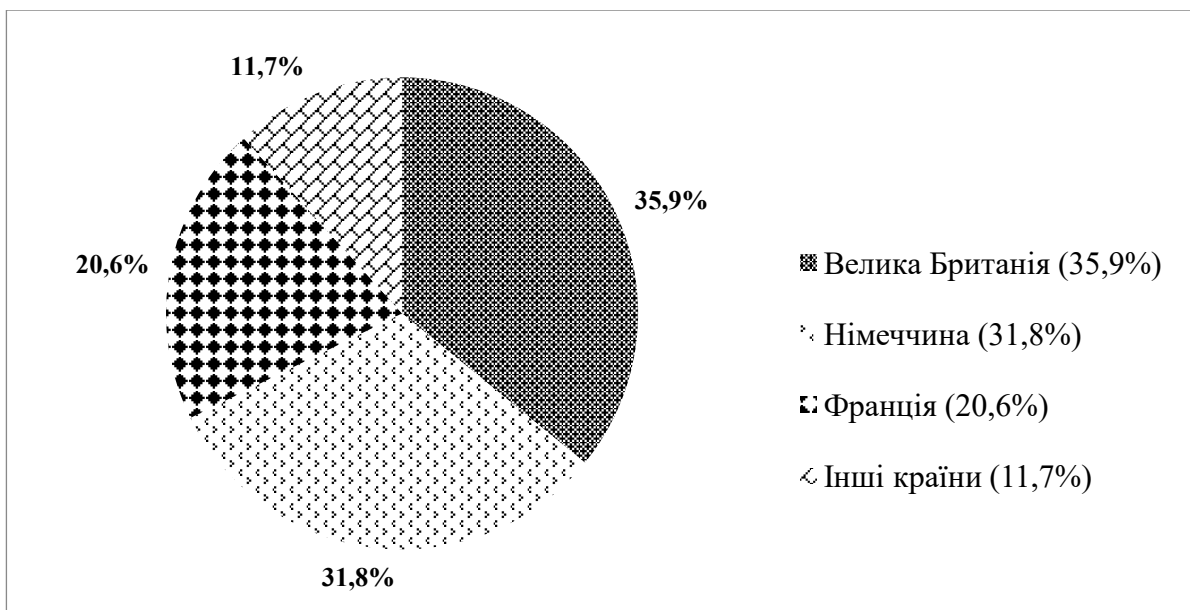


Рисунок 1.2. Основні країни-споживачі страхових послуг на європейському ринку весільного страхування, 2025 рік

Джерело: розроблено авторами з використанням [7]

Ринок страхування весіль у Європі готовий до значного зростання протягом наступних 5–10 років. Основним драйвером збільшення популярності цього виду страхування в країнах Європи є високі витрати на те, щоб уникнути фінансових втрат при скасуванні весілля або виникненні проблем з постачальниками та місцями проведення.

Загальноєвропейські правила (стандарти на продукцію, GDPR, зелені директиви) формують вимоги до формату страхового продукту та звітності. Вихід на багатонаціональний ринок вимагає ретельної локалізації (мови, національні традиції, стандарти, податкові режими). Поєднання каналів включає спеціалізованих дистриб'юторів, національні страхові компанії. Конкурентне середовище поєднує багатонаціональних гравців і регіональних спеціалістів.

Азіатсько-Тихоокеанський регіон (Китай, Індія, Японія, Південно-Східна Азія, Австралія) займав близько 24% світового wedding insurance ринку у 2025 р. Ринок активно зростає завдяки збільшенню доходів населення, великій кількості масштабних весіль та збільшенню кількості весільних церемоній за кордоном усередині регіону. Це регіон, де ринок весільного страхування протягом періоду, що досліджується, розвивався найшвидше, але він є надзвичайно різноманітним [6].

Частка страхових полісів у країнах цього регіону складає приблизно 15-26% (в залежності від країни) серед пар, що планують весілля з покриттям страхування, хоча охоплення ще нижче, ніж у США чи Європі. Основними ринками реалізації послуг весільного страхування є Індія – 41,1% від усього сегменту, Китай – 37,6%, Японія – 12,4% у 2025 році (рис. 1.3).

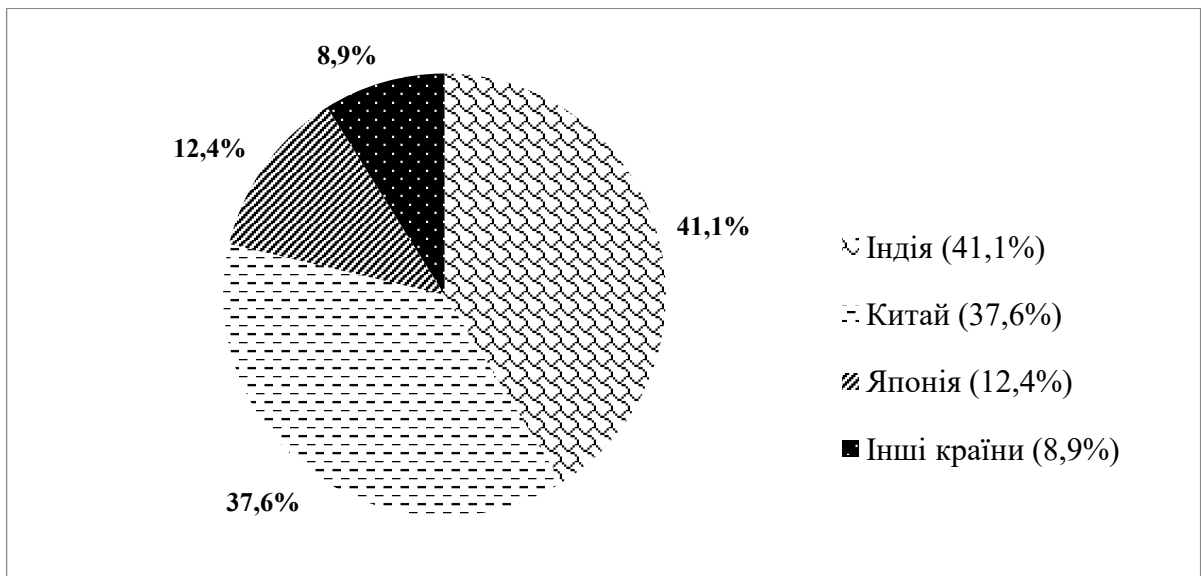


Рисунок 1.3. Основні країни-споживачі страхових послуг Азіатсько-Тихоокеанського ринку весільного страхування, 2025 рік

Джерело: розроблено авторами з використанням [7]

Китай пропонує масштаб та швидке впровадження страхових продуктів, але вимагає місцевих партнерств глобальних гравців страхового ринку з регіональними партнерами, стратегій захисту інтелектуальної власності та навігації по складних регуляторних дозволах. Індія пропонує можливості, залежні від вартості та обсягів страхових послуг. Південно-Східна Азія є фрагментованою, але цифровою, що надає перевагу гнучким цифровим каналам реалізації страхових полісів. Японія та Австралія є високоціновими, але консервативними та орієнтованими на якість. Дистрибуція варіюється від місцевих дистриб'юторів та торгових платформ до консорціумів B2B.

Попит у цьому регіоні зростає швидше, ніж на традиційних страхових ринках, через підвищення фінансової грамотності, розширення послуг цифрового страхування та зростання середнього бюджету на весілля [8].

Близький Схід та Африка (далі – МЕА) разом становили близько 14% світового ринку весільного страхування у 2025 р. Охоплення страхового ринку послугами страхування весілля є менш масовим, ніж у Північній Америці чи Європі, але поступово зростає у великих містах та серед забезпечених верств населення. Наприклад, в 2025 році найбільше страхових полісів щодо весільного страхування було реалізовано в ОАЕ – 37,2% від загальної частки регіону, ПАР – 29,5% та Саудівській Аравії – 20,1 %, тобто ці країни виділяються як ключові ринки у регіоні (рис. 1.4).

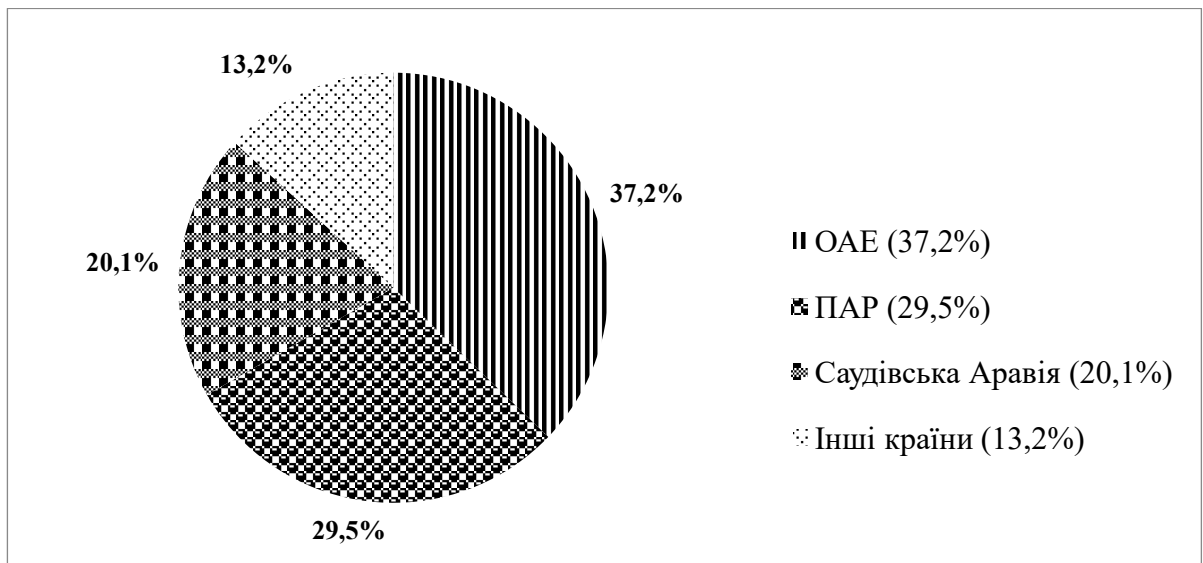


Рисунок 1.4. Основні сегменти європейського ринку весільного страхування, 2025 рік

Джерело: розроблено авторами з використанням [7]

Попит зумовлений розкішними, переважно, арабськими весіллями, великою кількістю іноземних гостей та високою вартістю заходів, що стимулює укладення страхових полісів відповідальності та скасувань. Проте загальне охоплення страховими продуктами пар у регіоні все ще нижче (орієнтовно 10-14%), порівняно з іншими регіонами міжнародного ринку [9].

МЕА є неоднорідним регіоном. Поки країни Близького Сходу забезпечують високу купівельну спроможність та державні інвестиції, переважна більшість африканських ринків перебувають у стадії зародження з інфраструктурними проблемами. Нормативно-правова база є непрозорою; культурна та мовна локалізація критично важливі. Канали реалізації страхових продуктів включають регіональних дистриб'юторів.

Латинська Америка (далі – LATAM). Ринок у регіоні є сегментарним і досить малим із найнижчою часткою впровадження страхових продуктів порівняно з всіма іншими регіональними ринками (до 5% від обсягу страхових послуг на міжнародному ринку весільного страхування). За прикладом аналогічних даних щодо страхування подій, лише приблизно 5–10% пар у регіоні використовують wedding insurance, але цей показник повільно зростає завдяки збільшенню середнього бюджету весіль у Бразилії і Мексиці [10].

LATAM показує зростання ринку весільного страхування завдяки швидкій урбанізації населення, але стикається з макроекономічною волатильністю. Бразилія та Мексика є основними ринками реалізації страхових послуг; інші країни регіону демонструють опортуністичне зростання. Дистрибуція залежить від місцевих дистриб'юторів, національних страхових компаній.

У регіональному плані ринок Азіатсько-Тихоокеанського регіону переживає швидке зростання завдяки промислому розширенню та зростаючому впровадженню інноваційних рішень, тоді як Північна Америка та Європа підтримують стабільний попит, зумовлений розвиненими ринками. Тим часом Південна Америка та Близький Схід стають перспективними ринками з новими можливостями, що підживлюються індустріалізацією. Така структурована сегментація дозволяє страховим компаніям визначати сфери з високим потенціалом, оптимізувати розподіл ресурсів та орієнтуватися на найприбутковіші сегменти ринку [8].

Аналіз доходів міжнародного ринку весільного страхування є необхідним для порівняння регіональних і національних показників, що дозволяє виявити диспропорції розвитку ринку, визначити центри концентрації попиту та оцінити рівень його зрілості. Динаміка доходів також відображає вплив макроекономічних чинників, рівень платоспроможності населення та ступінь проникнення страхових продуктів у різних країнах. Отже, дослідження доходної складової ринку створює аналітичну основу для прогнозування подальшого зростання та формування ефективних стратегій розвитку страхових компаній (додаток Б).

Кількісна оцінка світового ринку весільного страхування у 2024–2025 роках демонструє структурно незбалансовану, але стабільно зростаючу систему, при цьому загальні доходи зростають з 920 млн дол. США у 2024 році до 977 млн дол. США у 2025 році, що відповідає середньорічному темпу зростання (CAGR) на рівні 6,2 %. Така динаміка свідчить про перехід ринку до стадії стабілізованого зростання після посткризового відновлення.

Регіональний аналіз виявляє чітку асиметрію у розподілі ринкових часток. Північна Америка зберігає домінуючу позицію із часткою близько 32% світового ринку (311 млн дол. США у 2025 році), однак демонструє відносно низький темп зростання (5,4 %), що вказує на ознаки ринкового насичення (market saturation). У межах регіону США акумулюють понад 77% доходів (241 млн дол. США), формуючи ядро глобального попиту.

Європейський ринок, частка якого становила у 2025 році приблизно 26% (277 млн дол. США), характеризується нижчою динамікою зростання (3,3%), що підтверджує його зрілий характер. Водночас внутрішньорегіональна структура є нерівномірною: понад 85% доходів концентрується у трьох країнах – Великій Британії (91 млн дол. США), Німеччині (80 млн дол. США) та Франції (47 млн дол. США), що свідчить про високу концентрацію ринку.

На противагу цьому, Азіатсько-Тихоокеанський регіон демонструє найвищі темпи зростання (CAGR 8,8 %), збільшуючи обсяг ринку з 197,6 до 214 млн дол. США та досягаючи частки близько 24%. Основними драйверами виступають Китай (89 млн дол. США; +11,3%), Індія (40 млн дол. США; +14,3 %) та країни Південно-Східної Азії (+11,8%), що підтверджує статус регіону як ключового центру майбутнього розширення (emerging growth hub).

Ринки Південної Америки (48 млн дол. США; 6,2% світового ринку) та Близького Сходу й Африки (127 млн дол. США; 5,8%) демонструють помірне зростання (6,2% та 5,8% відповідно), проте залишаються недостатньо розвиненими. Рівень проникнення страхових продуктів у цих регіонах є значно нижчим, що обмежує їх поточний внесок, але водночас формує потенціал для екстенсивного розвитку.

Загалом, емпіричні результати підтверджують наявність структурної дихотомії глобального ринку: зрілі економіки (Північна Америка, Європа) забезпечують понад 58% світових доходів, тоді як ринки, що розвиваються (насамперед Азіатсько-Тихоокеанський регіон), генерують основний приріст (понад 35% абсолютного приросту ринку у 2025 році). Така конфігурація вказує на поступове зміщення центру зростання у бік emerging markets та посилення ролі цифрових каналів дистрибуції й продуктної диверсифікації як ключових факторів конкурентоспроможності. Прогнозні показники динаміки глобального ринку весільного страхування на 2026-2036 роки наведено в додатку В.

Провідними гравцями на міжнародному ринку весільного страхування є такі страхові компанії, як: Wedsure (Австралія); eWed Insurance (США); Travelers Wedding Protector Plan (США); EventHelper (США); WedSafe (США); USAA (США); Markel Specialty (США); Wedinsure (Велика Британія); Wedding Insurance Group (Велика Британія); Progressive (США).

Провідні компанії, що формують європейський ринок весільного страхування, включають: Allianz SE (Німеччина); AXA XL (Франція); Zurich Insurance Group (Швейцарія); Chubb Limited (США); Aviva plc (Велика Британія); Generali Group (Італія); Munich Re (Німеччина); Sompo Holdings (Японія); Mapfre S.A. (Іспанія); HDI Global SE (Німеччина); ERGO Group (Німеччина); QBE Insurance Group (Австралія).

Сегментація глобального ринку страхування подій станом на 01.01.2026 року наведена в додатку Г.

Провідні міжнародні гравці розширюють стратегічні партнерства, оптимізують мережі дистрибуції та інвестують у розвиток інноваційних рішень для підтримки довгострокового зростання цієї ніші страхування. Оскільки динаміка ринку продовжує змінюватися, ці лідери залишаються відданими принципам гнучкості, стійкості та створенню цінності, позиціонуючи себе так, щоб скористатися новими можливостями та підтримувати конкурентну перевагу.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ РЕАЛІЙ І ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ РИНКУ ВЕСІЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

2.1. Структурно-демографічний аналіз динаміки шлюбів та розлучень в Україні у 2021–2025 роки.

Шлюбно-сімейні процеси в Україні у 2021–2025 роках зазнали суттєвих трансформацій під впливом повномасштабної війни, соціально-економічної нестабільності та демографічних зрушень. Якщо 2021 рік характеризувався відносною стабільністю показників, то вже з 2022 року відбувається різка зміна динаміки, що проявляється у коливаннях кількості укладених шлюбів та розірвань. Війна стала ключовим екзогенним чинником, який одночасно стимулював короткострокове зростання шлюбності та спричинив довгострокове зниження стабільності сімейних відносин (додаток Д).

Таблиця 2.1. Динаміка укладення та розірвання шлюбів в Україні у період 2021–2025 рр.

Рік	Кількість укладених шлюбів, тис	Динаміка до попереднього року, %	Кількість розлучень, тис	Динаміка до попереднього року, %
2021	214,0	-	29,6	-
2022	222,9	104,2	17,9	60,5
2023	186,1	83,5	24,1	134,6
2024	150,2	80,7	34,3	142,3
2025	165,6	110,3	26,3	76,7

Джерело: [11]

В Україні 2025 року зареєстрували 165,59 тисячі шлюбів – це на 10,2% більше, ніж у 2024 році. Водночас кількість розлучень різко зменшилася на 23,4% - до 26,28 тисячі. У середньому на одне розлучення минулого року припадало 6,3 шлюби. Найвищий показник у Києві – 10 шлюбів на одне розлучення, у Львівській та Закарпатській областях – 8,7 та 8,6, у Рівненській – 8,3. Найменший показник – у Запорізькій, Черкаській, Харківській, Полтавській, Вінницькій та Івано-Франківській областях – від 4,3 до 4,8 раза (додаток Є) [12].

Динаміка укладення шлюбів демонструє U-подібну кризову траєкторію. У 2022 році спостерігається тимчасове зростання кількості шлюбів на 3,7%, що пояснюється ефектом «екзистенційної консолідації» населення в умовах загрози життю та невизначеності майбутнього (рис. 2.1).

Однак вже у 2023–2025 роках формується стійка тенденція до зниження шлюбності. Загальне скорочення за період 2021–2025 рр. становить близько 30%, що свідчить про глибоку трансформацію репродуктивної та сімейної поведінки населення. Вікова структура шлюбів наведена у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2. Розподіл шлюбів за віковими категоріями станом на 01.01.2026 року, %

Вікова група	Жінки	Чоловіки
18–24 років	33	19
25–34 років	47	51
35+ років	20	30

Джерело: [13]

Аналіз показує зміщення шлюбної активності у групу 25–34 роки, яка є демографічним ядром шлюбності. Водночас спостерігається зростання частки шлюбів у віці 35+, що свідчить про відкладений характер сімейних рішень. Середній вік вступу в шлюб зріс: у жінок до 29 років, у чоловіків - до 32 років.

На відміну від шлюбності, динаміка розлучень має інверсний характер. У 2022 році кількість розлучень різко знижується майже на 38%, що пояснюється не реальним покращенням сімейних відносин, а інституційними обмеженнями (обмежений доступ до судів, адміністративні труднощі).

У 2023–2025 роках відбувається компенсаторне зростання розлучень, і показники поступово наближаються до довоєнного рівня. Це свідчить про накопичення відкладених сімейних конфліктів та зростання психологічного навантаження на домогосподарства.

Таблиця 2.3. Розподіл розлучень за віковими категоріями станом на 01.01.2026 року, %

Вікова група	Частка розлучень
до 25 років	8%
25–34 роки	38%
35–44 роки	32%
45+	22%

Джерело: [13]

Найбільша частка розлучень припадає на вікову групу 25–34 роки, що відповідає періоду перших 5–10 років шлюбу. Водночас зростає частка розлучень у групі 35+, що пов'язано з накопиченням стресових факторів у членів подружжя через війну, особливо в тих родинах, де спостерігається роздільне проживання дружини та чоловіка.

Враховуючи усі вищенаведені чинники можемо зазначити, що у період, який нами було досліджено, відбувається структурна трансформація шлюбно-сімейної поведінки в українських родинах. В умовах російсько-української війни спостерігається формування нової моделі шлюбних відносин, яка характеризується: зниженням інтенсивності укладення шлюбів; зростанням середнього віку вступу в шлюб; підвищенням нестабільності сімейних відносин; посиленням ролі економічних і безпекових чинників; зростанням гендерного навантаження на жінок. Особливої уваги заслуговує той факт, що жінки дедалі частіше виступають як ключові суб'єкти прийняття сімейних рішень в умовах війни.

Аналіз динаміки шлюбно-сімейних процесів в Україні у 2021–2025 роках свідчить про глибоку кризову трансформацію інституту сім'ї. Короткострокове зростання шлюбності у 2022 році має ситуативний характер і не компенсує подальшого системного спаду. Водночас зростання розлучень у постшоковий період відображає накопичення соціально-психологічної напруги. Вікова структура шлюбів і розлучень зміщується у бік старших груп, що вказує на відтермінування сімейних рішень та зміну репродуктивної поведінки. У сукупності ці процеси формують нову модель шлюбності, яка характеризується підвищеною нестабільністю, асиметрією гендерних ролей, зміною структури домогосподарств; зниженням народжуваності; та зростанням ролі економічних і безпекових чинників.

Таким чином, шлюбно-сімейні процеси в Україні переходять від традиційної моделі до адаптивно-кризової, сформованої під впливом повномасштабної війни, що потребує врахування при формуванні соціальної та демографічної політики держави.

Аналіз динаміки укладення та розірвання шлюбу в Україні у 2021–2025 рр. демонструє не лише кількісні зміни у шлюбній поведінці населення, але й глибші структурні трансформації соціально-економічного характеру, зумовлені впливом повномасштабної війни. Скорочення загальної кількості шлюбів у пікові періоди бойових дій, їх подальша часткова стабілізація, а також зміщення вікових характеристик молодят свідчать про адаптацію населення до умов невизначеності та ризику. Водночас зростання показників розлучень у поєднанні з воєнними стресорами формує новий тип поведінкових моделей, у яких рішення щодо створення сім'ї супроводжується підвищеним рівнем обережності та прагненням мінімізувати потенційні втрати.

У цьому контексті статистика шлюбності набуває не лише демографічного, але й економічного значення, оскільки кожен акт укладення шлюбу фактично є тригером формування попиту на супутні послуги, зокрема у сфері івент-індустрії та страхування. Навіть за умов скорочення абсолютної кількості шлюбів, зростання середніх витрат на організацію весілля, ускладнення логістики заходів та підвищення рівня зовнішніх ризиків (безпекових, інфраструктурних, міграційних) об'єктивно підвищують потребу у фінансових інструментах захисту.

Таким чином, виявлені демографічні тенденції безпосередньо корелюють із формуванням передумов для розвитку ринку весільного страхування в Україні, який на сьогодні залишається інституційно недорозвиненим. Саме на перетині зниження стабільності шлюбних процесів та зростання вартості організації весіль формується нова ніша страхових послуг, орієнтована на управління подієвими ризиками.

2.2. Реалії стану ринку весільного страхування в Україні.

Весільне страхування є новим і майже невідомим сегментом українського страхового ринку. Його актуальність зростає на тлі соціальних та економічних викликів, які впливають на стабільність шлюбних відносин. За статистикою 2021–2025 років, кількість укладених шлюбів в Україні поступово відновлюється після падіння у період війни, проте рівень розлучень залишається високим. Це створює як ризики, так і можливості для розвитку інноваційних страхових продуктів. Весільне страхування може стати інструментом фінансового захисту молодят та організаторів святкових заходів від непередбачуваних обставин. Концепція «blue ocean» підкреслює, що ринок практично вільний від конкуренції й відкритий для нових рішень. Водночас успіх залежатиме від довіри населення та адаптації продуктів до українських реалій.

Ринок весільного страхування в Україні має потенціал, який можуть розвивати як міжнародні страхові компанії, що мають такий досвід в інших регіонах світу (табл. 2.4), так і українські страховики, які готові впроваджувати інноваційний продукт.

Таблиця 2.4. Присутність провідних міжнародних страхових компаній на ринку страхування в Україні, станом на 1.01.2026 року

Міжнародна страхова компанія	Країна походження	Спеціалізація на страховому ринку в Україні	Реалізація послуг весільного страхування
Allianz SE	Німеччина	Універсальне страхування	поодинокі випадки
AXA XL (ARX)	Франція	Комерційне страхування	відсутня
Zurich Insurance Group	Швейцарія	Універсальне страхування	поодинокі випадки
Chubb Limited	США	Комерційне страхування	відсутня
Generali Group	Італія	Універсальне страхування	відсутня
Sompo Holdings	Японія	Універсальне страхування	відсутня
HDI Global SE	Німеччина	Корпоративне страхування	відсутня
QBE Insurance Group	Австралія	Комерційне страхування	відсутня

Джерело: [6]

Порівняльний аналіз демонструє, що, попри значну кількість спеціалізованих компаній на глобальному ринку весільного страхування, жоден із ключових операторів цього сегмента (в основному американського походження) не представлений в Україні. Натомість український страховий ринок формується переважно за рахунок універсальних страхових груп і перестраховиків, діяльність яких зосереджена на традиційних видах страхування, а реалізація послуг весільного страхування має поодинокі випадки. Це свідчить про структурну незаповненість ніші українського ринку весільного страхування, що формує потенціал для входження нових гравців і розвитку цього інноваційного для України страхового продукту [1].

Страхові компанії, що планують розпочати свою діяльність на українському ринку весільного страхування, повинні здійснити аналіз наступних ризиків.

1. Макроекономічні ризики. В умовах воєнної економіки спостерігається висока волатильність доходів населення, що прямо впливає на платоспроможність потенційних страхувальників. Зниження реальних доходів домогосподарств обмежує готовність витратити кошти на “необов’язкові” фінансові інструменти, до яких на початковому етапі відноситься весільне страхування. Інфляційні процеси також ускладнюють формування адекватних страхових тарифів і резервів. У результаті формується ризик недоотримання премій при одночасному зростанні витрат страховиків.

2. Воєнно-політичні ризики. Ключовим ризиком є висока частота форс-мажорних подій, пов’язаних із бойовими діями: дронів та ракетні удари; повітряні тривоги; обмеження масових заходів; мобілізація. Це призводить до зростання ймовірності страхових випадків; складності актуарного прогнозування; потенційної збитковості продукту.

3. Ризик юридичної невизначеності щодо трактування воєнних подій як страхових випадків.

4. Ризик відсутності страхової культури. Український ринок характеризується низьким рівнем довіри до страхових продуктів та недостатнім

розумінням їх функціоналу. Весільне страхування є новим продуктом, що створює: високі витрати на освітній маркетинг; повільне формування попиту; ризик відторгнення продукту.

5. Поведінкові (психологічні) ризики. Страхувальники можуть недооцінювати ймовірність ризиків; відкладати прийняття рішення; уникати додаткових витрат через емоційний стрес війни. Це формує розрив між об'єктивною потребою і фактичним попитом.

6. Операційні ризики. Відсутність досвіду у страховиків щодо такого продукту; складність оцінки вартості події; ризик шахрайства (фіктивне скасування весілля); складність перевірки страхових випадків.

7. Репутаційні ризики. Будь-які затримки виплат або відмови можуть зруйнувати довіру до нового сегмента; дискредитувати продукт на старті; створити негативний інформаційний фон.

8. Конкуренційні ризики (відкладені). На початковому етапі конкуренція відсутня, але у середньостроковій перспективі великі міжнародні страхові групи можуть швидко зайти на ринок весільного страхування; локальні компанії можуть демпінгувати тарифи.

Ринок весільного страхування в Україні формується в умовах високої невизначеності, що одночасно виступає як ключовим ризиком, так і основним драйвером попиту. Найбільш критичними є воєнно-політичні та макроекономічні ризики, які ускладнюють актуарне прогнозування та підвищують ймовірність збитковості продукту на початковому етапі [2].

SWOT-аналіз ринку весільного страхування в Україні в умовах агресивної війни наведено в додатку К. SWOT-аналіз демонструє, що слабкі сторони ринку мають переважно інституційний і поведінковий характер, тоді як можливості — структурний і довгостроковий. За умови правильної тарифної політики, перестраховання та агресивної маркетингової стратегії, ринок має потенціал трансформуватися у високорентабельний сегмент страхового бізнесу. Ключовим фактором успіху стане здатність страховиків конвертувати воєнну невизначеність у керований фінансовий продукт.

РОЗДІЛ 3.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ВЕСІЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ НА ЗАСАДАХ КОНЦЕПЦІЇ “BLUE OCEAN”

В умовах повномасштабної війни український страховий ринок зазнає суттєвих трансформацій, що відкривають як нові ризики, так і унікальні можливості для інноваційних продуктів. Скорочення доходів населення, демографічні втрати та нестабільність соціально-економічного середовища формують обмежений попит на традиційні страхові послуги, водночас стимулюючи пошук нішевих сегментів із високим потенціалом зростання. Збільшення кількості форс-мажорних обставин, пов'язаних із безпековими загрозами, логістичними обмеженнями та економічною невизначеністю, підвищує актуальність страхового захисту весільних подій. У таких умовах традиційні, поступові підходи до розвитку страхових продуктів є недостатньо ефективними та не забезпечують швидкого захоплення ринку.

Саме тому актуалізується необхідність застосування агресивної стратегії впровадження, яка передбачає активне формування попиту, швидке масштабування продукту та створення нової ринкової ніші за принципами концепції «blue ocean». Такий підхід дозволяє не лише обійти конкуренцію, а й сформуванню нову культуру споживання страхових послуг серед населення. Розглянемо ці підходи [3].

1. Стратегічна логіка: “first mover advantage” та агресивна стратегія входу на страховий ринок (market capture strategy).

В умовах високої невизначеності саме швидкість виходу на ринок, гнучкість продукту та інноваційність страхових рішень стають ключовими чинниками конкурентоспроможності. Таким чином, агресивна стратегія впровадження весільного страхування є обґрунтованою відповіддю на сучасні виклики та, водночас, інструментом формування нового сегмента страхового ринку України.

Вважаємо, що агресивна стратегія впровадження страхових продуктів весільного страхування повинна базуватись на засадах стратегічної логіки “first mover advantage” (перевага першого гравця). Її суть полягає у тому, що страхова

компанія, яка першою виходить на новий страховий ринок, отримує довгострокові конкурентні вигоди за рахунок формування правил гри, поведінки споживачів та структури попиту. У контексті страхового ринку це означає фактичне створення нового сегмента – ринку весільного страхування. Перший гравець отримує можливість не лише запропонувати продукт, а й сформувавши саму потребу в ньому, що є ключовою умовою комерційного успіху.

Водночас стратегія “first mover advantage” у воєнних умовах потребує агресивної реалізації, оскільки перевага першого є тимчасовою. Якщо компанія не зможе швидко масштабувати продукт, конкуренти можуть увійти на ринок і використати вже сформований попит.

Таким чином, у випадку весільного страхування в Україні “first mover advantage” дає не просто конкурентну перевагу, а можливість стати архітектором нового сегмента страхового ринку, закріпивши за собою лідерство ще до появи системної конкуренції. Це створює умови для агресивної стратегії входу (market capture strategy), що призводить до: швидкого масштабування інноваційного страхового продукту; формування стандарту ринку весільного страхування; захоплення B2B-сегменту [5].

1. Концепція “Blue Ocean” для впровадження весільного страхування в Україні.

Концепція “Blue Ocean” передбачає не боротьбу за частку на вже сформованому ринку, а створення принципово нового сегмента, де конкуренція на початковому етапі відсутня або мінімальна. У випадку весільного страхування в Україні мова йде не про перерозподіл клієнтів між страховими компаніями, а про формування нової категорії страхових послуг, яка раніше не була інституціоналізована на національному ринку. У реалізації цієї Концепції ключову роль відіграють наступні чинники:

2.1. Відсутність прямої конкуренції на українському ринку страхування.

Український страховий ринок наразі не має спеціалізованих продуктів весільного страхування у класичному вигляді, як у США чи Великій Британії. Це означає, що відсутні усталені тарифні моделі; немає стандартів покриття ризиків; не сформована культура споживання такого виду страхування. Таким чином, страхова компанія, яка першою впроваджує продукт, фактично створює нову ринкову нішу, а не входить у конкурентне середовище.

2.2. Латентний попит: сутність і прояв.

Латентний попит — це прихована, неусвідомлена або нереалізована потреба споживачів, яка існує об’єктивно, але не трансформується у реальний попит через відсутність відповідного продукту або низький рівень обізнаності. Тобто потенційні споживачі цієї страхової послуги вже мають проблему, але ще не мають інструменту її вирішення.

2.3. Унікальність фактору війни як драйвера ринку.

Фактор повномасштабної війни є ключовим елементом, який робить український ринок принципово відмінним від інших і створює передумови для “Blue Ocean”. Його унікальність полягає у наступному:

- Радикальне зростання невизначеності. Війна генерує високий рівень непередбачуваних ризиків: смерть людей; руйнування локацій; повітряні тривоги та обмеження на проведення масових заходів; перебої з електропостачанням; транспортні та логістичні збої; мобілізація одного з учасників події. Це формує об’єктивну потребу у фінансовому захисті події.

- Трансформація поведінки споживачів. В умовах війни люди більше цінують безпеку та гарантії; передбачуваність; схильні до мінімізації ризиків втрат; приймають рішення швидше, але потребують інструментів захисту. Це створює сприятливий ґрунт для впровадження нових страхових продуктів.

- Емоційна значущість події. Весілля в умовах повномасштабної війни набуває додаткового символічного значення (стабільність, продовження життя, соціальна стійкість). Відповідно, зростає готовність інвестувати у подію; підвищується чутливість до ризику її зриву.

- Відсутність міжнародних аналогів у подібних умовах. Більшість моделей весільного страхування розроблені для стабільних економік. Україна ж створює унікальний кейс страхування подій у воєнному середовищі, що відкриває можливості для інновацій і подальшого експорту страхових рішень [4].

Поєднання трьох факторів – відсутності конкуренції, наявності латентного попиту та впливу війни як каталізатора ризиків – формує класичні умови для реалізації стратегії “Blue Ocean”. У таких умовах весільне страхування в Україні може бути не просто новим продуктом, а інноваційним сегментом страхового ринку, який формується з нуля і має потенціал швидкого масштабування.

Для системного переосмислення традиційної логіки страхових продуктів і формування принципово нової ціннісної пропозиції весільного страхування для клієнта при використанні концепції необхідно застосовувати такий інструмент, як стратегічна канва (Eliminate–Reduce–Raise–Create). Вона дозволяє чітко визначити, які елементи класичного страхування слід усунути, які – зменшити, які – підвищити, а які – створити вперше (рис. 3.1).



Рисунок 3.1. Інструменти стратегічної канви (Eliminate–Reduce–Raise–Create) у механізмі концепції “Blue Ocean”

Джерело: сформовано авторами

Завдяки цьому формується інноваційний страховий продукт, що не конкурує напряду з існуючими, а створює новий попит і нові стандарти на ринку. У контексті весільного страхування така канва є інструментом переходу від традиційного страхування до сервісу комплексного управління ризиками події.

В основі застосування Концепції “Blue Ocean” повинна знаходитись унікальна ціннісна пропозиція весільного страхування в умовах війни, яка полягає у зміщенні акценту з формального страхування події на забезпечення психологічної стабільності та впевненості наречених. Продукт пропонує не просто фінансове покриття витрат у разі зриву весілля, а комплексний інструмент управління ризиками, що супроводжують життя в умовах високої невизначеності. Основна ідея – продати клієнту не поліс, а відчуття контролю над

ситуацією, навіть у нестабільному безпековому середовищі. Такий підхід трансформує страхування з реактивного механізму компенсації у проактивний сервіс підтримки життєвих рішень.

Базові умови весільного страхування наведено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1. Базові умови весільного страхування на українському ринку страхових продуктів

Об'єкти страхування	<ul style="list-style-type: none"> • витрати на організацію весілля • відповідальність • майно • фінансові втрати
Страховальники	Фізичні особи (молодята, родини) Юридичні особи (організатори весіль, весільні агенції, ресторани та інші локації)
Тип страхового покриття	страхування відповідальності, страхування від скасування/перенесення весілля, страхування від руйнування локації, страхування від погодних умов, страхування майна, медичні витрати, страхування за невиконання постачальником своїх зобов'язань, покриття втрачених або пошкоджених особистих речей на місці проведення заходу
Термін дії	від моменту укладення договору до 24.00 годин календарного дня, коли сталася весільна церемонія
Страхові ризики	Унікальні для України: <ul style="list-style-type: none"> • бойові дії; • руйнування весільної локації; • руйнування інфраструктури, необхідної для проведення весілля; • повітряні тривоги; • мобілізація; • блокування логістики. Основні: <ul style="list-style-type: none"> • скасування / перенесення; • неявка організаторів весілля або інших підрядників; • форс-мажор. Додаткові: <ul style="list-style-type: none"> • смерть або хвороба когось з наречених чи їх родичів 1-ї лінії; • погодні умови і природні катаклізми; • технічні збої; • техногенні катастрофи.
Канали продажу страхового продукту	<ul style="list-style-type: none"> • весільні агентства; • ресторани та інші локації; • фотографи / організатори; • банки; • онлайн-платформи;

Джерело: сформовано авторами

Типізація страхових полісів весільного страхування є ключовим елементом формування гнучкої продуктової лінійки, адаптованої до різних потреб споживачів. Класифікація страхових полісів, що можуть бути запропоновані на українському ринку весільного страхування наведено в додатку М.

Розподіл на базові, розширені, преміальні та корпоративні поліси дозволяє сегментувати ринок за рівнем фінансових можливостей клієнтів та ступенем їх чутливості до ризиків. Такий підхід забезпечує як доступність страхового

продукту для масового споживача, так і можливість комплексного покриття для клієнтів із високими витратами на організацію події. Відповідна класифікація також створює передумови для масштабування ринку через залучення не лише фізичних осіб, а й професійних учасників весільної індустрії.

Визначення прогнозних значень страхових сум і страхових платежів є ключовим етапом формування економічної моделі ринку весільного страхування в Україні. Такі параметри дозволяють оцінити фінансову доступність продукту для різних категорій споживачів і водночас забезпечити його комерційну привабливість для страховиків. Диференціація страхових сум залежно від масштабу весільних витрат створює умови для гнучкого ціноутворення та ефективного управління ризиками. У цьому контексті планові показники виступають базою для прогнозування обсягів ринку та визначення потенціалу його зростання в умовах воєнної економіки.

Прогнозні страхові суми та платежі для фізичних і юридичних осіб наведено в таблицях 3.2 і 3.3.

Таблиця 3.2. Прогнозні страхові суми та платежі для фізичних осіб (B2C)

Пакет страхових послуг	Страхова сума, грн	Страховий тариф, %	Страхова премія, грн
Micro	45 000 – 150 000	2-3	900 – 1 500
Standard	151 000 – 500 000	3,1-5	4 681 – 25 000
Premium	500 001 – 1 500 000	5,1-7	25 500 – 105 000

Джерело: розраховано автором з використанням [11]

Вибір пакета весільного страхування для фізичних осіб має ґрунтуватися на масштабі події, рівні фінансових витрат та індивідуальній чутливості до ризиків. Характеристики пакетів страхових послуг наведено в додатку П.

Таблиця 3.3. Прогнозні страхові суми та платежі для юридичних осіб (B2B)

Сегмент ринку страхувальників	Страхова сума, грн	Страховий тариф, %	Страхова премія, грн
Весільні агентства	2 500 000 – 10 000 000	2-4	50 000 – 400 000
Локації	5 000 000 – 25 000 000	1,5-3	75 000 – 750 000
Івент-компанії	10 000 000 – 50 000 000	1-2,5	100 000 – 1 250 000

Джерело: розраховано автором з використанням [11]

Прогноз доходів від реалізації послуг весільного страхування фізичним особам в Україні з 2026 по 2036 роки при мінімальному показнику 150 тис. весіль на рік і середній вартості страхового полісу В2С 300 дол США (рис. 3.2, додаток Р).

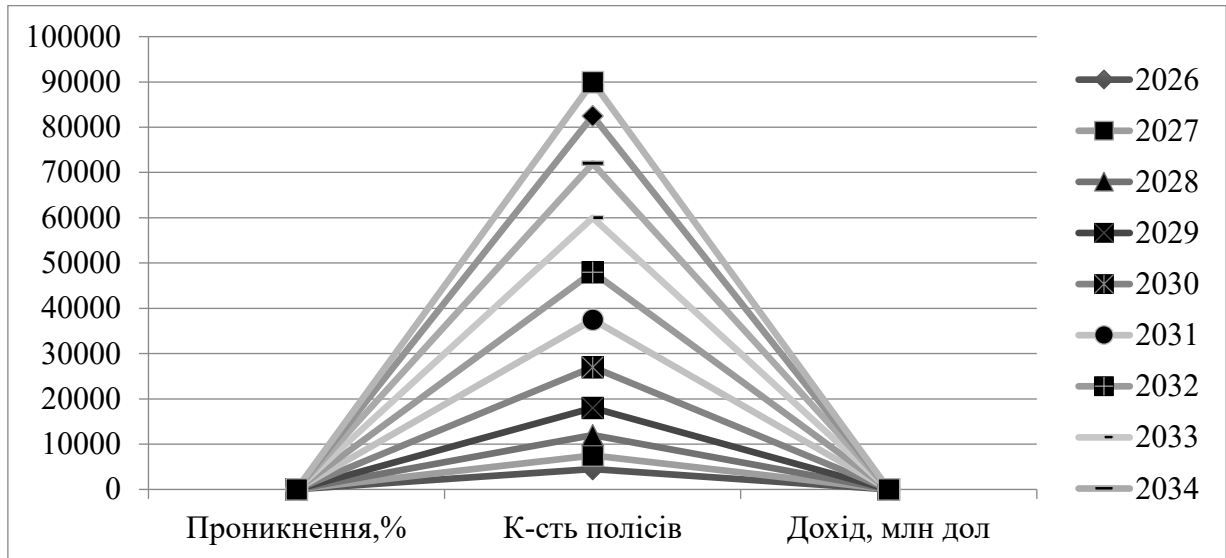


Рисунок 3.2. Прогноз доходів страхових компаній від реалізації полісів весільного страхування фізичним особам (В2С) в Україні, 2026-2036 роки

Джерело: розраховано авторами

Потенційна місткість ринку весільного страхування для фізичних осіб складає максимум 45 млн дол/рік. Важливо пам'ятати, що ринок не запускається одразу на 100% проникнення. Міжнародна практика впровадження нових страхових продуктів, показує у розвинених країнах покриття ~55–60%, тому для України також передбачаємо поступове зростання (додаток Р). Середньорічний темп зростання (CAGR 2026–2036) складе приблизно 32–35% на рік, що є значно вищим, ніж показник глобального ринку (6–8%). Така ситуація відбувається через ефект “нового ринку”. Переломна точка очікується у 2029–2031 рр., коли ринок увійде у фазу масового прийняття, а після 2032 року ефект масштабується. Ринок весільного страхування в Україні серед фізичних осіб має потенціал зростання з 1,35 млн дол. у 2026 році до 27 млн дол. у 2036 році, що означає 20-кратне збільшення за 10 років.

Прогноз доходів від реалізації послуг весільного страхування юридичним особам в Україні з 2026 по 2036 роки при мінімальному показнику 150 тис. весіль

на рік і середній вартості страхового полісу B2B 3000 дол. США наведено на рис. 3.3 (прогнозні розрахункові данні наведено у додатку С).

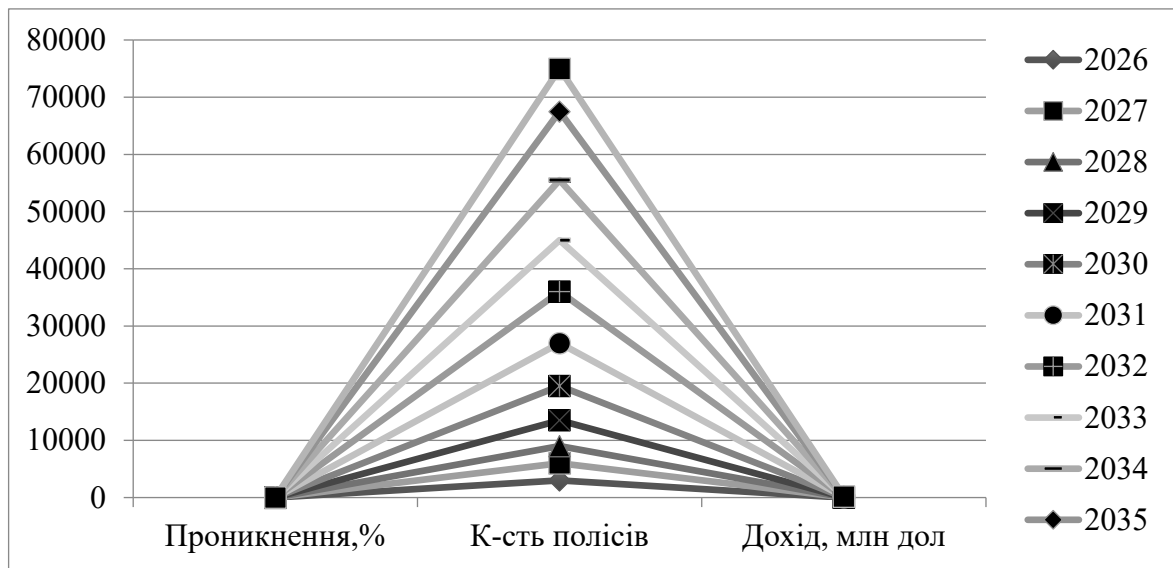


Рисунок 3.3. Прогноз доходів страхових компаній від реалізації полісів весільного страхування юридичним особам (B2B) в Україні, 2026-2036 роки

Джерело: розраховано авторами

B2B-сегмент весільного страхування може стати ключовим драйвером ринку, формуючи понад 85% потенційних доходів галузі. Зростання з 9 млн \$ у 2026 році до 225 млн \$ у 2036 році демонструє перехід від експериментального продукту до обов'язкового елементу ведення бізнесу у сфері івент-послуг. Найбільш інтенсивна фаза розвитку припадає на 2029–2034 роки, коли страхування інтегрується у бізнес-моделі агенцій і ресторанів як інструмент управління ризиками та репутацією. Висока вартість полісів забезпечує швидке масштабування доходів навіть при відносно помірному рівні проникнення. У стратегічному вимірі саме B2B-сегмент визначатиме фінансову стійкість і довгострокову рентабельність усього ринку весільного страхування в Україні.

Найбільше зростання припадає на період 2028–2033 років, коли відбувається перехід від латентного до усвідомленого попиту. При цьому навіть у 2036 році ринок не досягає повного насичення, що означає збереження потенціалу подальшого розширення. У стратегічному вимірі це підтверджує доцільність агресивного входу на ринок із розрахунком на довгострокове домінування. Така динаміка характерна не для зрілих страхових ринків, а для новостворених сегментів (“blue ocean”), де ключовим драйвером є не конкуренція, а формування попиту.

ВИСНОВОК

1. Глобальний ринок весільного страхування демонструє стабільну тенденцію до зростання протягом останніх років, що зумовлено підвищенням вартості організації весільних заходів та зростанням ролі ризик-менеджменту в приватному секторі. Аналіз показав наявність значної регіональної диференціації, де зрілі ринки забезпечують основну частку доходів, а ринки, що розвиваються, формують основний приріст. Це свідчить про поступове зміщення центрів розвитку.

2. Демографічний аналіз шлюбно-сімейних процесів в Україні у 2021–2025 роках засвідчив глибоку трансформацію поведінкових моделей населення. Зниження рівня шлюбності, зростання середнього віку вступу до шлюбу та підвищення рівня розлучень формують нову модель сімейних відносин. У таких умовах зростає потреба у фінансових інструментах захисту, зокрема у страхуванні подієвих ризиків.

3. Ідентифікація ключових ризиків розвитку весільного страхування в Україні показала їх комплексний характер та високу залежність від зовнішніх чинників. Найбільш критичними є воєнно-політичні, макроекономічні та поведінкові ризики, які ускладнюють прогнозування збитковості страхових продуктів. Водночас правильне управління цими ризиками може трансформувати їх у конкурентні переваги для страхових компаній.

4. SWOT-аналіз потенційного ринку весільного страхування в Україні засвідчив домінування слабких сторін інституційного характеру та водночас значний потенціал можливостей довгострокового розвитку. Серед основних можливостей визначено відсутність конкуренції, зростання ризиків унаслідок війни та потенціал інтеграції з івент-індустрією. Це підтверджує доцільність активного входу на ринок із використанням інноваційних стратегій.

5. Ринок весільного страхування в Україні перебуває у стані інституційного вакууму, що за наявності латентного попиту, зумовленого, зростанням вартості весільних заходів на фоні стрімкого підвищення рівня ризиків в умовах

повномасштабного вторгнення, формує унікальне середовище для реалізації стратегії “blue ocean”. На відміну від розвинених ринків, де конкуренція обмежує можливості інновацій, український ринок дозволяє створити новий сегмент страхових послуг із нуля, орієнтований на гібридні ризики воєнного часу, створює передумови для швидкого масштабування страхового продукту та формування нової культури споживання страхових послуг.

6. Запровадження стратегічної логіки “first mover advantage” забезпечує суттєві конкурентні переваги для страхових компаній на початковому етапі розвитку ринку весільного страхування. Перший гравець отримує можливість формувати правила функціонування ринку, поведінкові моделі споживачів та партнерські мережі. Це дозволяє закріпити лідерські позиції ще до появи повноцінної конкуренції.

7. Агресивне впровадження весільного страхування має базуватися на поєднанні цифровізації, інтеграції з івент-індустрією та адаптації страхових продуктів до умов війни. Ключовим фактором успіху є не лише створення продукту, але й формування попиту через зміну поведінкових моделей споживачів та підвищення їх ризик-усвідомлення.

8. Прогнозні розрахунки свідчать про значний потенціал зростання ринку весільного страхування у середньо- та довгостроковій перспективі. У цілому реалізація даного напрямку може стати важливим елементом трансформації страхового ринку України в умовах воєнної економіки.

Таким чином, розвиток ринку весільного страхування в Україні є не лише можливим, але й економічно доцільним, а його реалізація може стати одним із прикладів трансформації страхового сектору в умовах воєнної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Серета О. Сучасні тенденції розвитку страхування та методологія дослідження страхового ринку. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 80. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-80-47>
2. Пахомов М., Єршова Н. Світові тенденції розвитку ринку страхових послуг та перспективи в Україні. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. 2024. № 1, С. 17–21. URL: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2024.1.17>
3. Sharma R., Chandola V. Wedding Insurance Market Research Report 2033. URL: https://growthmarketreports.com/report/wedding-insurance-market?utm_source
4. Ranjani C.V. Wedding insurance – acceptability and promotional strategies. *International Education & Research Journal*. 2017. Volume 3, Issue 6. Pp. 15-17.
5. Pandiri L. Specialized coverage for life’s special moments: travel, wedding, and event insurance essentials. URL: https://doi.org/10.70593/978-81-988918-0-8_10
6. Event Insurance Market. Size, Share, and Growth Analysis. URL: https://www.skyquestt.com/report/event-insurance-market?utm_source
7. Europe Wedding Insurance Market Dynamics in an Era of Generative AI. Global Market Technology. Europe Wedding Insurance Market Dynamics in an Era of Generative AI. URL: https://www.verifiedmarketreports.com/download-sample/?rid=221640/?utm_source=Pulse-FEBCBV2&utm_medium=282&utm_country=Europe
8. Wise Guy Reports. URL: https://www.wiseguyreports.com/reports/wedding-insurance-market?utm_source
9. Iskandar B., Maarif S., Ramadyanto W. Reputational risks management and mitigation: Empirical evidence from the wedding organizer sector. *Jurnal Siasat Bisnis*. 2024. Vol . 28 № 1. Pp. 71-87. URL: https://www.researchgate.net/publication/378707859_Reputational_risks_management_and_mitigation_Empirical_evidence_from_the_wedding_organizer_sector
DOI:10.20885/jsb.vol28.iss1.art5

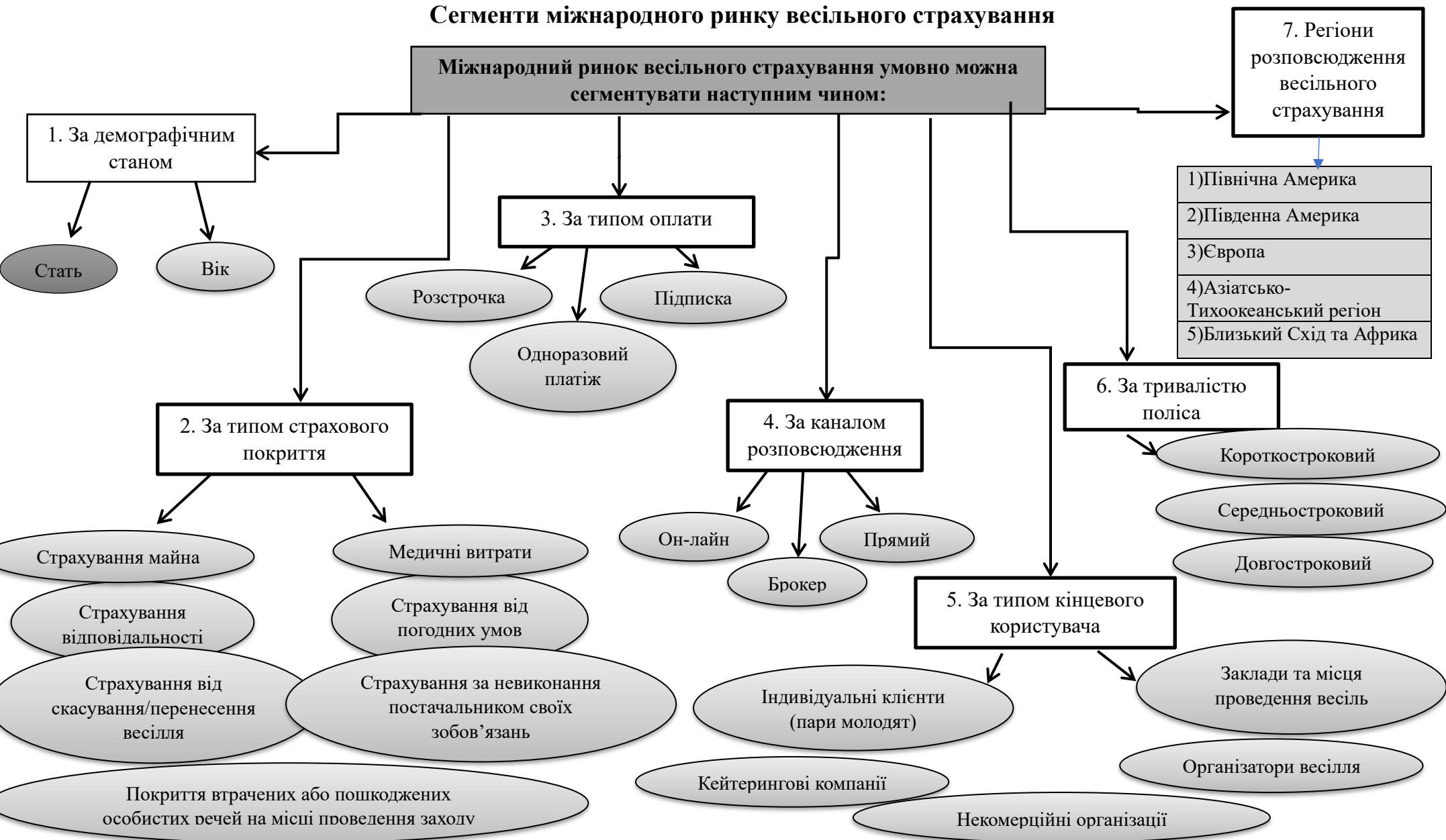
10. Farok G. Project Management is a tool of functional areas and a systematic procedure to implement a wedding event: A case study. *SocioEconomic Challenges*. 2023. 7(1). Pp. 75–96. URL: [https://doi.org/10.21272/sec.7\(1\).75-96.2023](https://doi.org/10.21272/sec.7(1).75-96.2023)

11. Аналіз статистики розлучень в Україні. URL: <https://www.pravda1.com/analiz-statystyky-rozluchen-v-ukrayini>

12. Шлюбний бум? Скільки пар одружилися і розлучилися в Україні у 2025 році. URL: <https://www.rbc.ua/rus/news/shlyubniy-bum-skilki-par-odruzhilisya-i-rozluchilisya-1769519829.html>

13. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: ukrstat.gov.ua

Сегменти міжнародного ринку весільного страхування



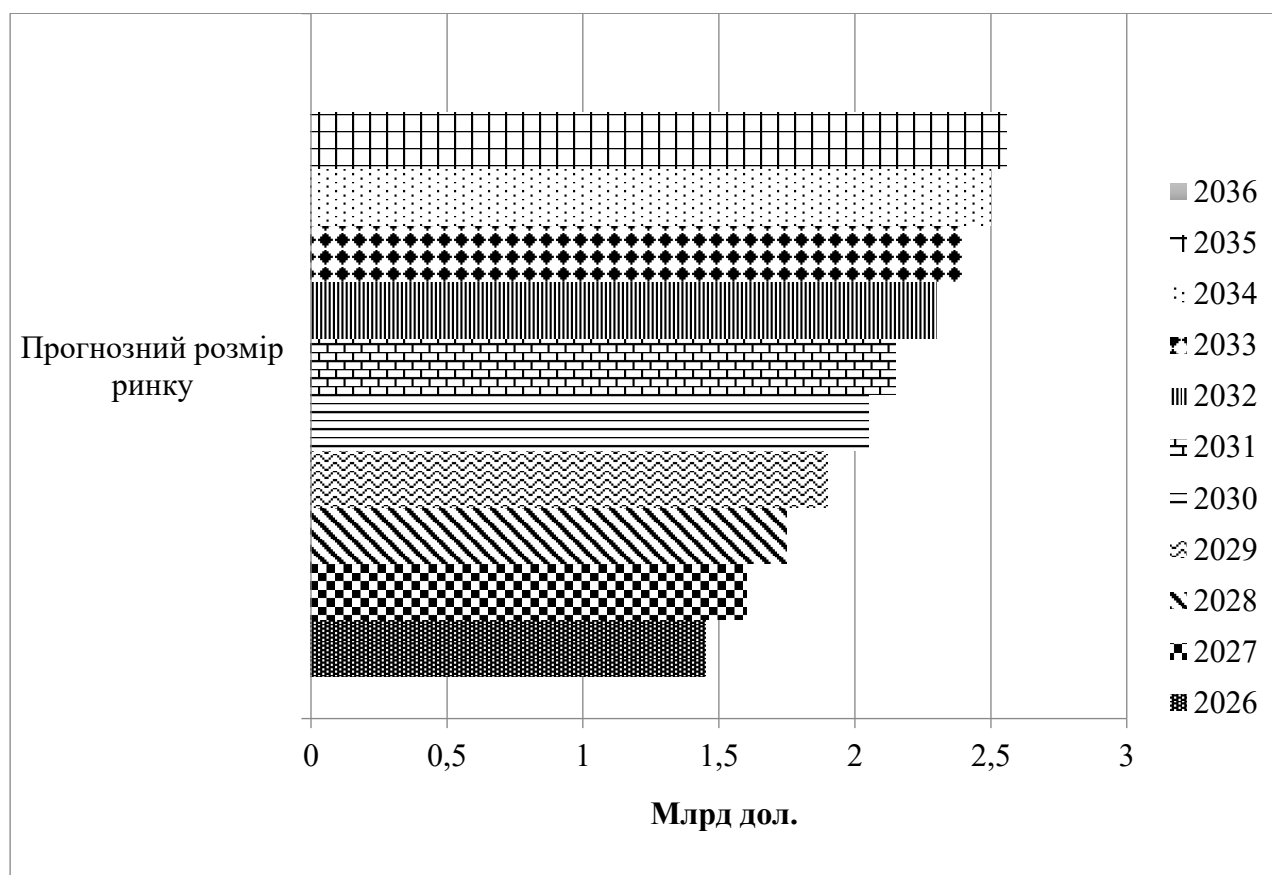
Додаток Б

Дохід від продажів страхових послуг на міжнародному ринку весільного страхування, 2024–2025 рр.

Регіон / Країна	2024	2025	Середньорічний темп зростання (CAGR), %
	920,1	977,0	6,2
Північна Америка	295,9	311,0	5,1
Канада	42,0	44,0	4,8
США	230,0	241,0	4,9
Мексика	23,9	26,0	8,8
Європа	261,4	277,0	6,0
Велика Британія	85,0	91,0	7,1
Німеччина	75,1	80,0	6,5
Франція	45,0	47,0	4,4
Італія	20,2	21,0	4,0
Іспанія	12,4	13,0	4,8
Швейцарія	4,0	4,2	5,0
Португалія	3,3	3,5	6,1
Швеція	3,0	3,1	3,3
Норвегія	2,5	2,6	3,5
Фінляндія	2,0	2,1	4,0
Решта Європи	8,9	9,5	6,7
Азійсько-тихоокеанський регіон	197,6	214,0	8,3
Китай	80,0	89,0	11,3
Індія	35,0	40,0	14,3
Японія	35,2	37,0	5,1
Австралія	22,2	24,0	8,1
Південно-Східна Азія	15,2	17,0	11,8
Решта країн Азійсько-тихоокеанського регіону	10,0	7,0	-
Південна Америка	45,2	48,0	6,2
Бразилія	22,1	24,0	8,6
Аргентина	7,0	7,5	7,1
Чілі	6,0	6,4	6,7
Перу	5,1	5,3	3,9
Решта країн Південної Америки	5,0	4,8	-
Близький Схід та Африка	120,0	127,0	5,8
Країни Перської затоки	45,0	47,0	4,4
Туреччина	20,0	22,0	10,0
Ізраїль	12,0	13,0	8,3
Решта країн Близького Сходу	10,0	10,5	5,0
Країни Північної Африки	8,0	8,5	6,2
Країни Південної Африки	15,0	16,0	6,7
Решта країн Африки	10,0	10,0	0

Джерело: Wise Guy Reports. URL: https://www.wiseguyreports.com/reports/wedding-insurance-market?utm_source

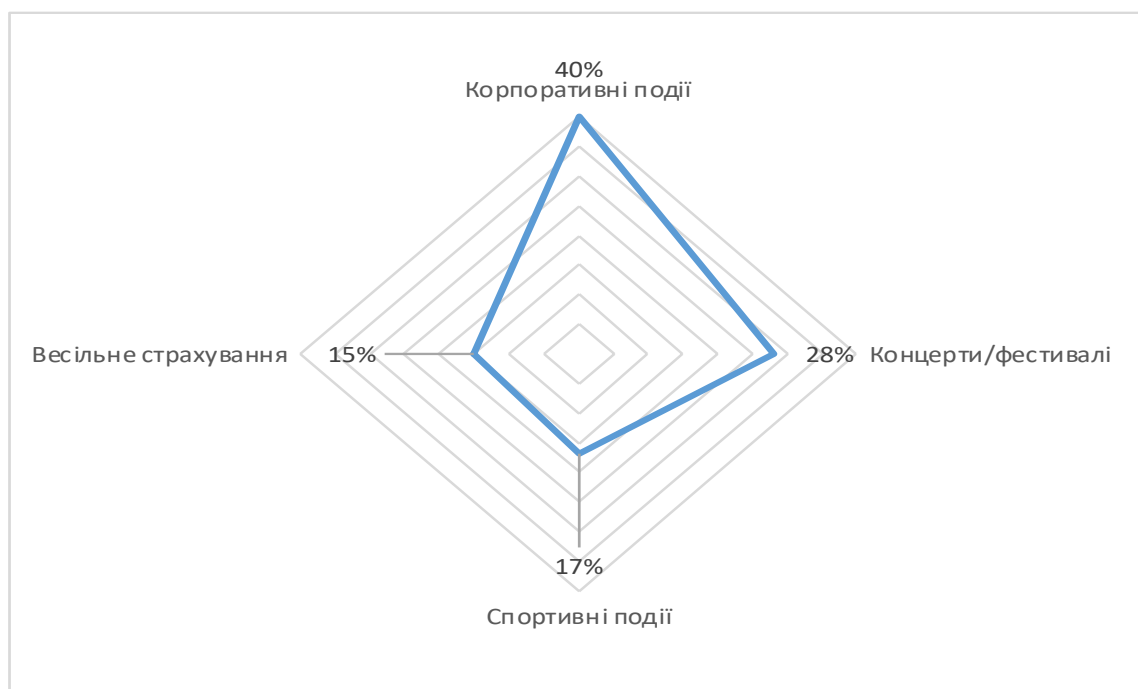
Додаток В



Прогнозні показники зростання глобального ринку весільного страхування у 2026-2036 роки

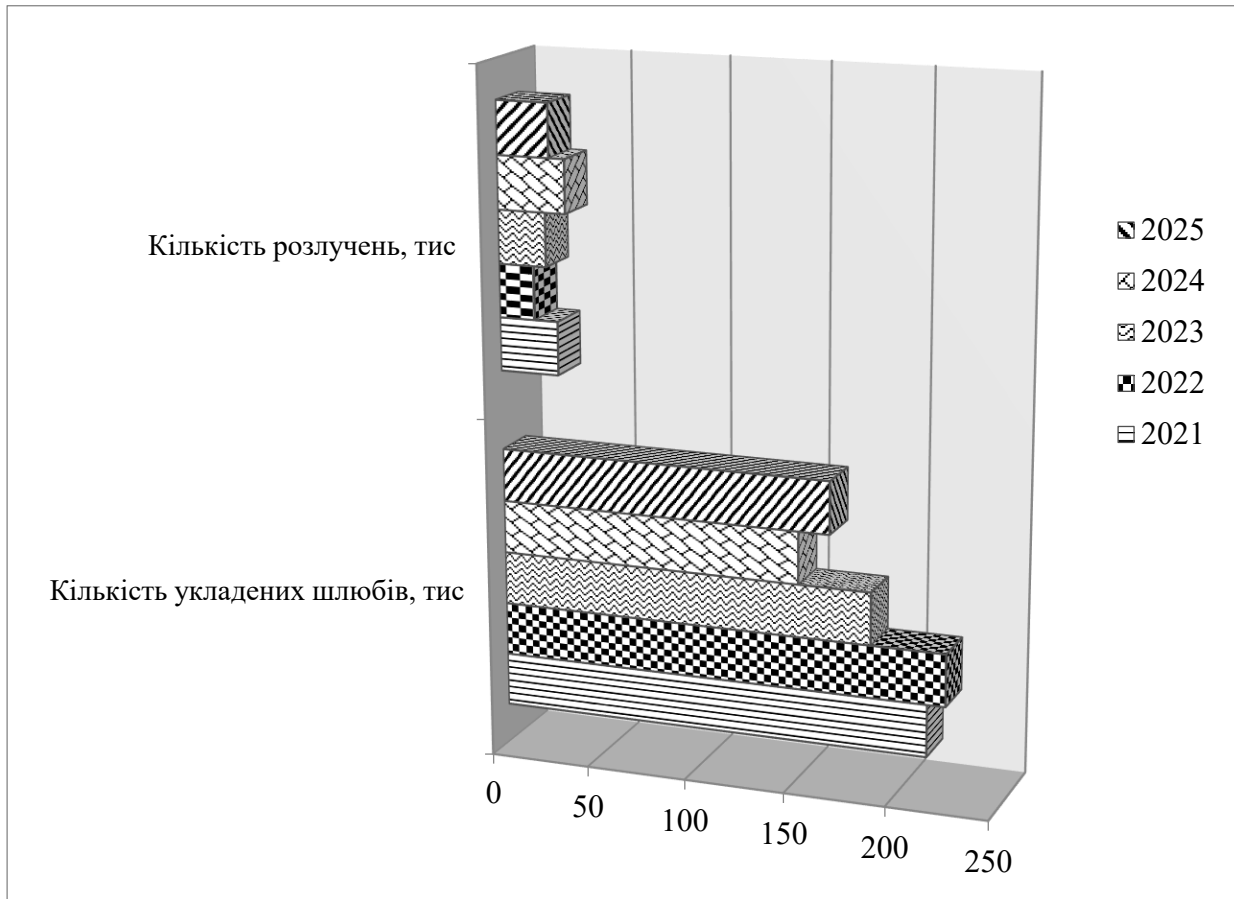
Джерело: Event Insurance Market. Size, Share, and Growth Analysis. URL: https://www.skyquestt.com/report/event-insurance-market?utm_source

Додаток Г

**Сегментація глобального ринку страхування подій**

Джерело: Event Insurance Market. Size, Share, and Growth Analysis. URL: https://www.skyquestt.com/report/event-insurance-market?utm_source

Додаток Д



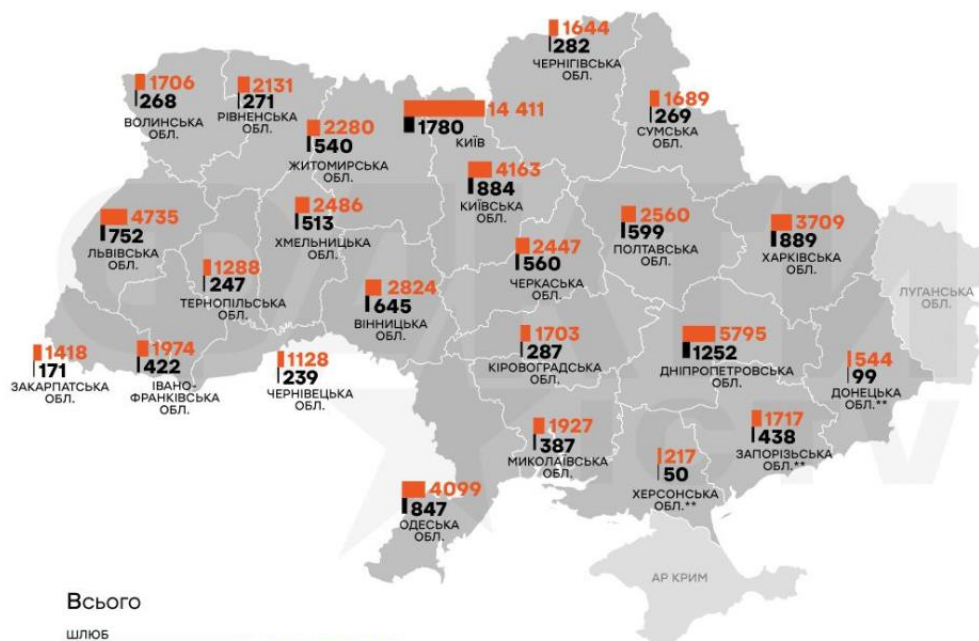
Динаміка укладення та розірвання шлюбів в Україні у період 2021–2025 рр.

Джерело: Офіційний сайт Державної служби статистики

Додаток Є

КІЛЬКІСТЬ ЗАРЕЄСТРОВАНИХ ШЛЮБІВ І РОЗЛУЧЕНЬ У 2025 РОЦІ

ФАКТИ



Всього

Шлюб

12 691

Розірвань

68 595

ДЖЕРЕЛО: МІНЮСТ

* - НА ТИМ-ЧАСОВО ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЯХ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ АКТІВ ЦИВІЛЬНОГО СТАНУ ЗА ЗАКОНОДАВСТВОМ УКРАЇНИ НЕ ПРОВІДИЛАСЯ.

** - ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДЕРЖАВНУ РЕЄСТРАЦІЮ АКТІВ ЦИВІЛЬНОГО СТАНУ НАДАНА ВІДДІЛАМИ ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ АКТІВ ЦИВІЛЬНОГО СТАНУ, РОЗТАШОВАНИМИ НА ПІДКОНТРОЛЬНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ВЛАДІ ТЕРИТОРІЇ.

**SWOT-аналіз
ринку весільного страхування в Україні
в умовах агресивної війни**

<u>Сильні сторони (Strengths)</u>	<u>Слабкі сторони (Weaknesses)</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Нова ніша ринку страхових послуг («blue ocean»): практично відсутня конкуренція, можливість стати лідером ринку. • Висока маржинальність продукту: Середній чек: B2C: ~300 \$ B2B: ~3000 \$ • Емоційна цінність продукту: Весілля = високозначуща подія → готовність платити за “спокій”. • Масовість базового ринку: ≥ 150 тис. весіль щорічно → стабільна база клієнтів. • Попит на фінансовий захист: високі витрати на весілля стимулюють бажання убезпечити інвестиції. • Соціальна значущість: продукт може підвищити довіру до страхування загалом. • Гнучкість продукту: можливість адаптувати поліс під різні сценарії. 	<ul style="list-style-type: none"> • Низька платоспроможність населення: війна та економічна криза знижують готовність витратити кошти на нові страхові продукти. • Низька культура страхових послуг в Україні та недостатня обізнаність споживачів: потрібні значні витрати на формування попиту. • Відсутність статистики та актуарних моделей: складність ціноутворення.
<u>Можливості (Opportunities)</u>	<u>Загрози (Threats)</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Психологічний фактор: у кризових умовах люди прагнуть стабільності та захисту, що може стимулювати попит. • Латентний попит: споживачі вже мають ризики → потрібно лише “активувати” попит. • Фактор війни як драйвер: різке зростання потреби у фінансовому захисті. • B2B сегмент (агенції, ресторани): може стати основним джерелом доходу (до 80% ринку). • Цифровізація страхування: онлайн-поліси, швидкі виплати, інтеграція з wedding-платформами. • Можливість експорту страхової моделі: Україна може створити унікальний кейс страхування подій у кризових умовах. 	<ul style="list-style-type: none"> • Висока частота страхових випадків через війну: значний ризик збитковості страхових компаній . • Ризик масових виплат: існує потреба у перестрахованні. • Захід міжнародних гравців: витіснення локальних українських компаній. • Правові бар'єри: відсутність чіткої нормативної бази для весільного страхування.

Джерело: розроблено авторами

Практичні переваги застосування стратегії “first mover advantage” у сегменті весільного страхування

- 1.1. Монополізація ніші на стартовому етапі. Страхова компанія фактично працює без конкурентного тиску, що дозволяє встановлювати більш гнучку тарифну політику, задавати стандарти страхових умов і покриття ризиків, тестувати різні моделі продукту.
- 1.2. Ефект закріплення клієнта (lock-in effect). Перші клієнти формують лояльність до бренду, а також виступають каналом органічного маркетингу через рекомендації.
- 1.3. Перевага у партнерських мережах. Компанія першою укладає договори з весільними агентствами, ресторанами, фотографами, що створює бар'єри входу для наступних гравців.
- 1.4. Акумуляція даних і зниження ризиків у майбутньому. Збір статистики щодо страхових випадків дозволяє більш точно розраховувати тарифи, тоді як нові конкуренти змушені діяти в умовах невизначеності. Накопичення унікальної статистики ризиків і збитковості, яка є критично важливою для актуарних розрахунків.
- 1.5. Формування поведінкових патернів споживачів. Якщо клієнти звикають, що організація весілля “за замовчуванням” включає страхування, це створює довгостроковий попит, контрольований першим гравцем.



Типізація страхових полісів на українському ринку весільного страхування

Джерело: розроблено авторами

Характеристика пакетів страхових послуг весільного страхування для фізичних осіб

Пакет Micro доцільно обирати у випадках невеликих або камерних весіль із обмеженим бюджетом, коли основна мета — базовий фінансовий захист від ключових ризиків (скасування чи перенесення події). Він оптимальний для пар, які організують подію у вузькому колі або в умовах високої невизначеності (наприклад, через воєнні ризики), але не планують значних витрат на підрядників. Такий пакет виконує функцію “мінімальної страхової подушки”.

Пакет Standard варто застосовувати для середніх за масштабом весіль, де вже залучено декілька підрядників (ресторан, інші локації, фотограф, ведучий, музичний супровід, декор). Він є оптимальним балансом між вартістю страхового полісу та рівнем покриття, оскільки включає захист не лише від скасування події, а й від часткових фінансових втрат (наприклад, неякісне надання послуг або неявка підрядника). Це найбільш універсальний варіант для більшості пар.

Пакет Premium доцільний для великих, дорогих весіль із значними інвестиціями та складною організаційною структурою. Його обирають у випадках, коли важливо застрахувати максимально широкий спектр ризиків, включаючи форс-мажорні обставини, медичні ситуації, втрату або пошкодження майна, а також репутаційні та організаційні ризики. Такий пакет забезпечує комплексний захист і мінімізує як фінансові, так і психологічні втрати у разі непередбачуваних подій, що особливо актуально в умовах війни.

Прогноз доходів від реалізації послуг весільного страхування фізичним особам в Україні з 2026 по 2036 роки

Рік	Проникнення, %	Кількість страхових полісів, шт	Дохід, дол
2026	3	4500	1 350 000
2027	5	7500	2 250 000
2028	8	12000	3 600 000
2029	12	18000	5 400 000
2030	18	27000	8 100 000
2031	25	37500	11 250 000
2032	32	48000	14 400 000
2033	40	60000	18 000 000
2034	48	72000	21 600 000
2035	55	82500	24 750 000
2036	60	90000	27 000 000

Додаток С

Прогноз доходів від реалізації послуг весільного страхування юридичним особам в Україні з 2026 по 2036 роки

Рік	Проникнення, %	Кількість страхових полісів, шт	Дохід, дол
2026	2	3000	9 000 000
2027	4	6000	18 000 000
2028	6	9000	27 000 000
2029	9	13500	40 500 000
2030	13	19500	58 500 000
2031	18	27000	81 000 000
2032	24	36000	108 000 000
2033	30	45000	135 000 000
2034	37	55500	166 500 000
2035	45	67500	202 500 000
2036	50	75000	225 000 000