



UDC: 368(477):368.97-057.68](045)

JEL Classification G22, L83, K32

DOI: [10.31499/2616-5236.2\(31\).2025.330122](https://doi.org/10.31499/2616-5236.2(31).2025.330122)

Liudmyla Chvertko, Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University
Candidate of economic sciences, Associate Professor of the Department of Finance,
Accounting and Economic Security

Iryna Koryliuk, Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University
Ph D in Economics, Associate Professor of the Department of Technologies and
Organization of Tourism and Hotel and Restaurant Business

СТРАХУВАННЯ ТУРИСТІВ ТА ЙОГО МІСЦЕ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

INSURANCE OF TOURISTS AND ITS POSITION IN THE UKRAINIAN INSURANCE MARKET

Анотація: У статті розглядається туристичне страхування як вид страхового захисту, що спрямований на відшкодування збитків, понесених туристами внаслідок непередбачуваних витрат, зокрема пов'язаних з ризиками для життя, здоров'я та працездатності під час подорожі. Проведено оцінку його сучасного стану на страховому ринку України з урахуванням впливу ключових соціально-економічних чинників, визначено проблеми та обґрунтовано перспективи його розвитку в нових реаліях.

Abstract: The article examines travel insurance as a type of insurance protection aimed at compensating for losses incurred by tourists due to unforeseen expenses, particularly those related to risks to life, health, and work capacity during travel. It is proven that the significance of such a protection tool increases against the backdrop of the recovery of international mobility, the growing need to ensure travel safety, as well as the necessity for a rapid response to emergency situations outside the country of residence. The theoretical and legal foundations of the functioning of travel insurance in Ukraine are determined. An assessment of the current state of travel insurance in the Ukrainian insurance market is conducted, taking into account the impact of key socio-economic factors. It is identified that the impact of the pandemic, the full-scale war, and economic instability has significantly changed the demand structure, highlighting the need to improve insurance products and services. Despite certain signs of a gradual recovery in tourist activity in 2024,

the travel insurance market in Ukraine remains underdeveloped. Its growth is constrained by limited solvent demand, low insurance culture among consumers, and weak integration of tour operators and agencies in the process of promoting insurance products. In this context, intersectoral cooperation between insurance companies and tourism market participants, aimed at creating accessible, understandable, and customer-oriented insurance solutions, is particularly important. It is substantiated that in the new realities, the effectiveness of insurance as an important component of safe tourism in Ukraine will significantly increase under the conditions of successful implementation of innovative insurance solutions adapted by domestic insurers to new security challenges, the development of travel insurance infrastructure, the active use of digital tools, as well as improving the quality of insurance products offered to tourists. Special attention needs to be paid to the development of service insurance, which necessitates the expansion of partnerships with assistance companies as key agents in providing prompt assistance to tourists in the event of an insured event.

Keywords: assistance, losses, medical expenses insurance, risks, insurance of tourists, insurance coverage, tourists, travel insurance

Ключові слова: асистанс, збитки, ризики, страхування туристів, страхування медичних витрат, страховий захист, туристи, туристичне страхування

Постановка проблеми. Сучасний страховий ринок характеризується широким спектром пропозицій страхового захисту фізичних осіб та суб'єктів господарювання від різноманітних ризиків. Використання страхових інструментів сприяє розвитку економічної стабільності, підвищенню фінансової безпеки громадян та бізнесу, а також забезпеченню ефективного управління ризиками в умовах невизначеності.

Страховий бізнес практично миттєво реагує на динамічні процеси у світовому економічному середовищі та відображає основні тенденції, що формують нові підходи до організації страхового захисту в умовах глобальних викликів [1]. Реалії сьогодення, що супроводжуються наслідками

пандемії COVID-19, російської воєнної агресії проти України, загостренням економічної та політичної ситуації, спонукають страховиків до активного пошуку інноваційних рішень, розробки нових страхових продуктів та вдосконалення механізмів обслуговування клієнтів. Високий рівень непередбачуваності подій стимулює зростання інтересу до персоналізованих страхових рішень, які враховують індивідуальні потреби споживачів та забезпечують більш гнучке і адаптивне покриття ризиків.

Одним із сегментів страхового ринку, який найбільш чутливо реагує на зміни в економічній та безпековій ситуації в останні роки, є туристичне страхування. Цей вид страхового захисту, спрямований на відшкодування збитків туристів від

непередбачуваних витрат, пов'язаних із ризиками для життя, здоров'я та працездатності, майновими ризиками або ризиками відповідальності під час подорожі, забезпечуючи спокій та впевненість у безпечному відпочинку. Його значення зростає на тлі відновлення міжнародної мобільності, посилення потреб у забезпеченні безпеки подорожей, а також необхідності швидкого реагування на надзвичайні ситуації за межами країни проживання. Особливо актуальним питання туристичного страхування є в Україні, де внаслідок повномасштабної війни суттєво порушилося функціонування страхового ринку, знизився рівень платоспроможності населення та виникли значні перешкоди для розвитку туристичного сектору економіки.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти організації страхового захисту суб'єктів туристичної індустрії та мандрівників є предметом постійної уваги українських та закордонних дослідників. Вчені присвячують свої наукові розвідки обґрунтуванню особливостей та складових системи страхового захисту в туризмі, зокрема, ці питання порушуються у роботі О. Копилук [2]. Значна увага приділяється пошуку рішень із використанням інструментів страхування для туристів та інших учасників туристичного ринку щодо управління ризиками, спричиненими пандемією COVID-19. Наприклад, Г. Насіб (H. Naseeb), А. Діаб (A. Diab) та А. Метваллі (A. Metwally) [3] досліджують її

вплив на ціноутворення цих видів страхування та ризики шахрайства, Б. Ковачевич Берлекович (B. Kovačević Berleković), Д. Міліч (D. Milić) та Т. Бошкович (T. Bošković) [4] оцінюють вплив пандемії на певні форми туристичного страхування на національному ринку, а Д. Тан (D. Tan) та К. Капонеккіа (C. Caponeschia) [5] вивчають зміни суспільного сприйняття туристичного страхування під час коронавірусу. Водночас Ю. Алескерова [1] та М. Діаконідзе (M. Diakonidze) [6] розглядають можливості та перспективи розвитку страхування в туристичному бізнесі з урахуванням реалій коронакризи.

Важливим напрямом наукових досліджень є аналіз ринкової кон'юнктури та конкурентного середовища на українському ринку туристичного страхування. Так, науковці А. Сусліков, О. Сіренко, С. Карман, Н. Почерніна, О. Захарченко та О. Васильченко [7] здійснюють аналіз концентрації на ринку страхування туристичних послуг в Україні. О. Кнейслер та О. Камінська зосередили увагу на проблемах практичного впровадження асистансу на українському страховому ринку та його перевагах в системі надання страхових послуг, зокрема й в програмах страхування туристів [8]. Також певний внесок у дослідження проблем страхового захисту у туризмі зроблено в попередніх наукових працях авторів [9; 10].

Окремий пласт досліджень сформувався після початку повномасштабного воєнного вторгнення російських агресорів в

Україну. Зокрема, Д. Мозгова та І. Зігунова аналізують спектр послуг, що надаються в сучасних програмах туристичного страхування, та реакцію ринку туристичного страхування на запровадження воєнного стану в Україні у 2022 р. [11]. О. Сущенко, О. Клок та А. Щербань у своїй науковій праці зосереджують увагу на виявленні проблем, що стримують розвиток страхування на ринку туристичних послуг в Україні та окреслюють бачення шляхів їх вирішення для забезпечення стабільного функціонування цього сектору національної економіки та сталого розвитку туризму загалом [12].

Проте проблематика туристичного страхування, попри наявні наукові напрацювання, вимагає подальшого системного дослідження. Наразі ця потреба актуалізується через появу нових викликів та загроз, пов'язаних із зростанням геополітичної нестабільності, кліматичними змінами, російсько-українською війною, регуляторними новаціями, а також постпандемічними реаліями, які істотно трансформують попит на туристичні послуги та підходи до організації страхового захисту.

Метою статті є всебічна оцінка сучасного стану туристичного страхування на українському страховому ринку з урахуванням впливу ключових соціально-економічних факторів, визначення проблем та обґрунтування перспектив його розвитку в нових реаліях.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування.

Страхування в туризмі розглядається як «особливий вид цивільно-правових відносин, регламентованих договором страхування, пов'язаних із наданням страхового захисту у разі настання страхових випадків в умовах невизначеності та впливу ризиків, які супроводжують діяльність суб'єктів внутрішнього та зовнішнього туризму» [2, с. 44-45]. Відповідно всю сукупність ризиків, які охоплюються цим інструментом захисту, поділяють на дві основні групи: ризики туристів під час подорожі, що пов'язані з матеріальними втратами, загрозами життю та здоров'ю, а також економічними ризиками суб'єктів туристичної індустрії, які виникають у процесі їхньої діяльності [9, с. 68].

В Україні, відповідно до вимог Закону України «Про туризм», організація страхового захисту туристів в частині страхування життя і здоров'я (медичне страхування та страхування від нещасних випадків), що охоплюється класами страхування 1 та 2, покладається на суб'єктів туристичної діяльності і реалізується через укладання договорів між ними та страховиками. Водночас, відповідно до нових підходів до класифікації страхування, запроваджених з 1 січня 2024 р. згідно із Законом України «Про страхування» від 18.11.2021 р. № 1909-IX, страхування туристів здійснюється за класом 18. Цей клас передбачає страхове покриття витрат, пов'язаних з наданням допомоги (асистанс) особам, які потрапили у скрутне становище під час

здійснення подорожі. Зазначимо, що до набрання чинності зазначеним Законом, страхування таких ризиків здійснювалося в межах страхування медичних витрат.

Традиційно туристичне страхування є популярним видом страхового захисту в багатьох країнах світу, особливо в тих, де туризм становить вагомую частку економіки. Однак в останні роки підходи до організації страхового захисту туристів зазнали суттєвих змін. Це обумовлено зростанням недовіри громадськості до дій страхових компаній у період пандемії COVID-19 та пов'язаних з нею обмежень. В той час багато страховиків не покривали витрати, пов'язані з пандемічними ризиками, оскільки такі ризики класифікувалися як катастрофічні, що практично унеможливило їх диверсифікацію, і тому були виключені майже з усіх страхових полісів. Наразі для відновлення

втрачених позицій страховики посилюють «комунікацію зі споживачами, щоб краще сформулювати переваги та покриття своїх продуктів» [5], працюють над цифровізацією бізнесу, спрямованою на переведення ключових процесів в онлайн-середовище.

В Україні також спостерігається стійкий інтерес до цього виду убезпечення туристів від ризиків. Про це свідчать відповідні показники його розвитку, які водночас демонструють високу чутливість цього сегменту до зовнішніх економічних та безпекових чинників. Зокрема, аналіз динаміки кількості договорів страхування медичних витрат у 2020-2024 рр., (рис. 1) показує нестабільність цього показника, а також відображає реакцію споживачів на зміну зовнішніх обставин.

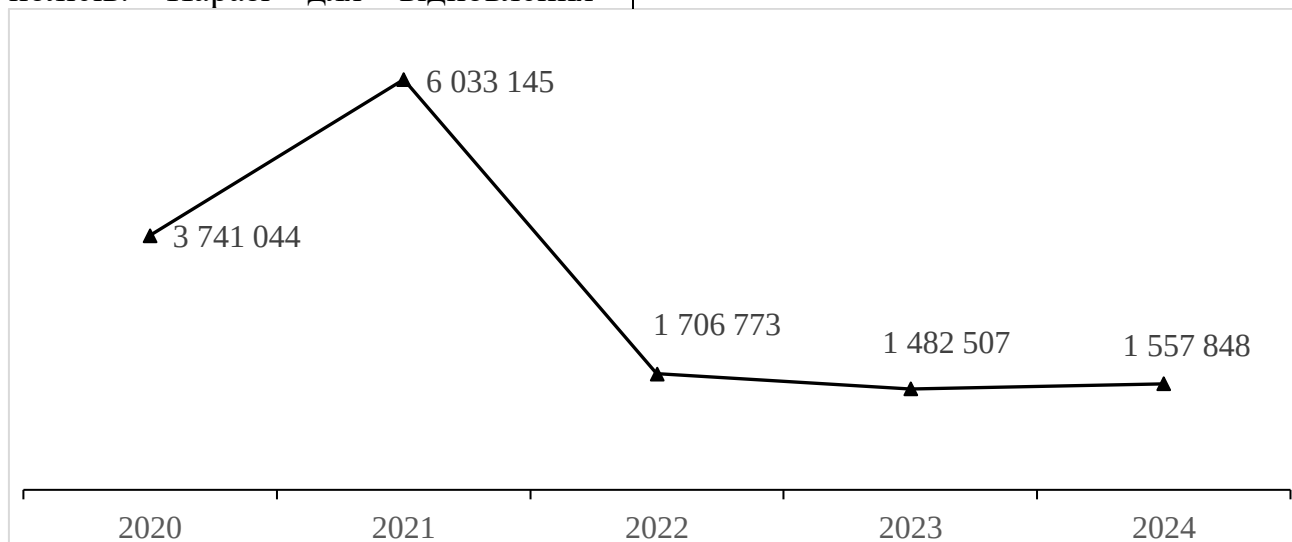


Рис. 1. Динаміка кількості укладених договорів страхування медичних витрат в Україні у 2020-2024 рр., од.*

*Джерело: побудовано авторами за даними Національного банку України [13].

Активізація туристичних подорожей після часткового зняття пандемічних обмежень, що

характеризувала світовий туристичний ринок у 2021 р. [14], призвела до пікового зростання (на

61 %) кількості укладених протягом року договорів страхування медичних витрат порівняно з попереднім періодом – до понад 6 млн договорів. Натомість у 2022 р. кількість таких договорів зменшилася більш ніж у тричі – до 1,7 млн, що стало наслідком початку повномасштабної воєнної агресії росії проти України. Запровадження воєнного стану та суттєві обмеження на виїзд за кордон для окремих категорій громадян призвели до подальшого скорочення кількості укладених договорів у 2023 р. Лише у 2024 р. кількість договорів асистансу, що почали діяти впродовж звітного періоду, демонструє незначне зростання – на 5,1% порівняно з попереднім роком.

На нашу думку, таке зростання є радше результатом реалізації «відкладених» подорожей, аніж свідченням реального покращення ситуації на туристичному ринку. За даними соціологічних опитувань, значна кількість українців не можуть подорожувати через скрутне матеріальне становище, уникають подорожей через можливу небезпеку або не вважають за доцільне подорожувати під час воєнного стану [15]. Ці та інші фактори обмежують попит на страхові продукти в цьому сегменті ринку страхових послуг: у 2024 р. частка асистансу у структурі страхових премій за договорами ризикового страхування становила лише 1,7% (рис. 2).

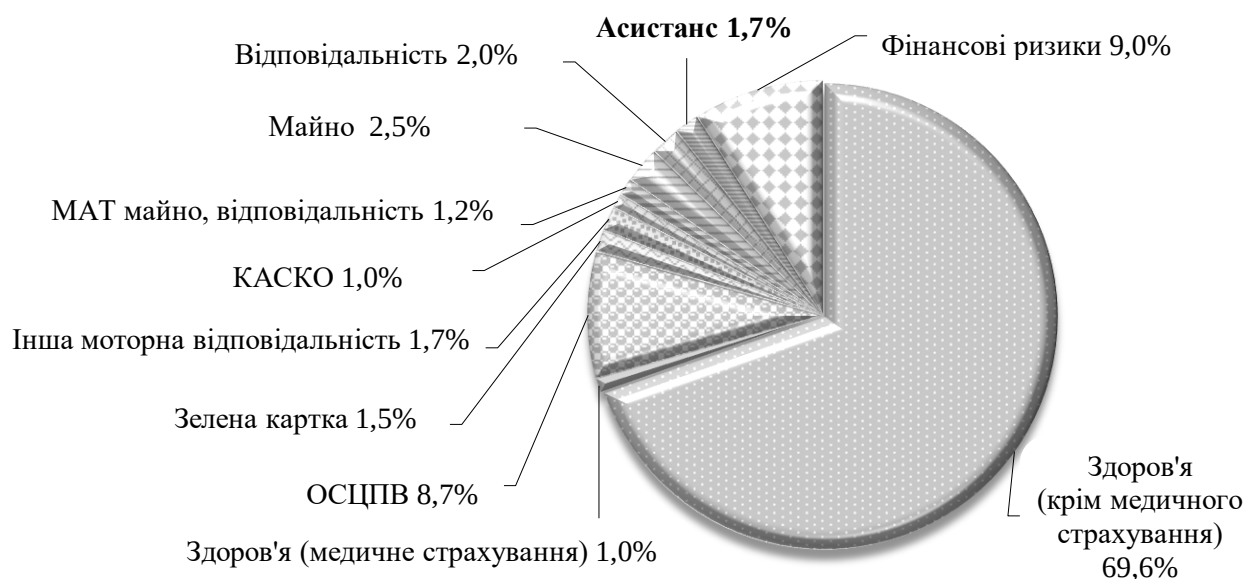


Рис. 2. Структура страхових премій за договорами ризикового страхування в Україні у 2024 р., %*

*Джерело: побудовано авторами за даними Національного банку України [13].

Динаміка чистих страхових премій та виплат за договорами страхування медичних витрат в

Україні у 2020-2024 рр. представлена на рис. 3.

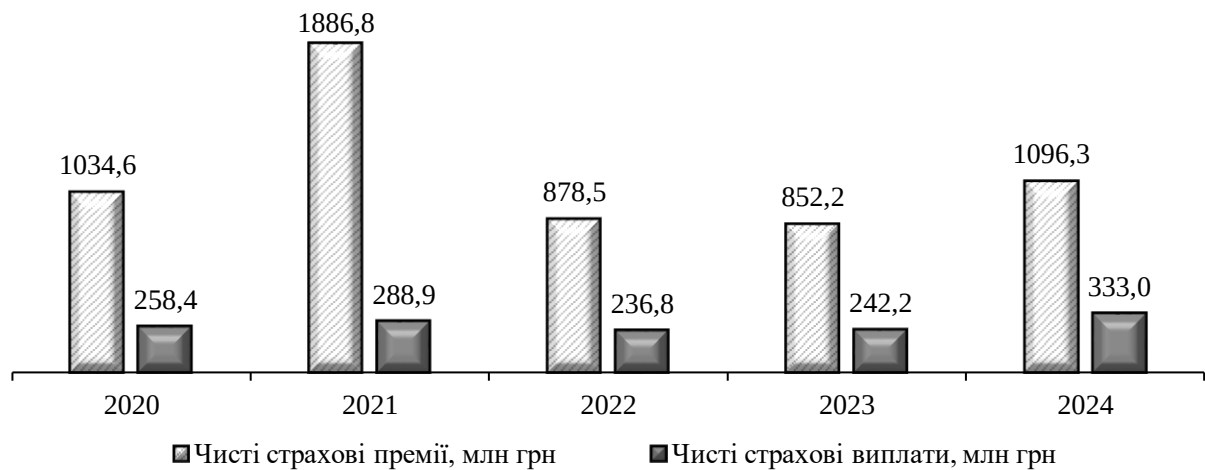


Рис. 3. Динаміка чистих страхових премій та виплат за договорами страхування медичних витрат в Україні у 2020-2024 рр., млн грн*

*Джерело: побудовано авторами за даними Національного банку України [13].

Оцінка показників розвитку страхування медичних витрат показує, що попри зниження кількості укладених договорів у 2024 р. майже на 60% порівняно з 2021 р., спостерігається зростання обсягу страхових премій та страхових виплат – майже на 6% та 29% відповідно. Таку ситуацію можна пояснити подорожчанням страхових продуктів, зокрема й через збільшення попиту на програми страхування з розширеним покриттям – передусім із урахуванням ризиків інфікування коронавірусом та воєнних ризиків, а також збільшення кількості звернень за медичною допомогою під час подорожей та кількості врегульованих страхових випадків.

Страховики, що працюють у секторі туристичного страхування, реалізують свою ринкову стратегію, фокусуючись на двох основних категоріях клієнтів: туристах, які подорожують Україною, та туристах, які виїжджають за кордон. Залежно від цього компанії пропонують клієнтам оптимальні страхові рішення, орієнтуючись на їхні потреби та сучасні тренди, активно розбудовують

співпрацю з турагенціями та іншими партнерами. Це дозволяє страховикам утримувати провідні позиції у цьому сегменті ринку. Зокрема, за словами керівництва страхової компанії «Європейське туристичне страхування» [16], саме завдяки такій співпраці, а також автоматизації бізнес-процесів, компанія лідирує за обсягом страхових премій в ТОП-20 за 12 місяців 2024 року (табл. 1).

Водночас рівень охоплення українців страховим захистом життя, здоров'я та працездатності під час подорожей залишається низьким. Це особливо актуально з огляду на невисоку популярність організованих туристичних послуг. У разі самостійного планування подорожей (неорганізованого туризму) значна частина громадян ігнорує необхідність страхування, не усвідомлюючи можливі ризики або намагаючись зекономити. Опосередкованим підтвердженням цієї тези є дані НБУ щодо діяльності страховиків у сфері страхування медичних витрат, пов'язаних з наданням допомоги (асистансу), за каналами збуту. Зокрема, структура продажів таких страхових продуктів у

2024 р. свідчить, що понад 57% з них було здійснено через агентську мережу (фізичні особи, фізичні особи-підприємці та юридичні особи), 11,3% – через прямі продажі страховиків, 10,7% – через банки (у тому числі

банківські агрегатори), трохи більше 10% продуктів реалізовано через онлайн-агрегатори, і лише менше 9% договорів було укладено туристичними операторами або турагенціями.

Таблиця 1

Рейтинг страхових компаній зі страхування туристів за 12 місяців 2024 року*

№	Страховик	Страхові премії, тис. грн	Страхові виплати, тис. грн	Рівень виплат, %
1.	Європейське туристичне страхування	193 483	57 244	29,59
2.	ВУСО	183 659	59 859	32,59
3.	ПЗУ Україна	98 028	58 519	59,70
4.	Гардіан	77 791	517	0,66
5.	Княжа	75 449	12 611	16,71
6.	ТАС СГ	66 049	19 528	29,57
7.	АРКС	65 841	41 325	62,76
8.	Універсальна	51 095	6 975	13,65
9.	УНІКА	44 066	28 039	63,63
10.	ІНГО	38 493	11 716	30,44
11.	Оранта	30 957	9 513	30,73
12.	Українська пожежно-страхова компанія	29 443	1 890	6,42
13.	Перша	22 826	4 198	18,39
14.	УСГ	16 489	3 261	19,77
15.	ББС Іншуранс	13 591	2 089	15,37
16.	Арсенал Страхування	10 379	4 483	43,19
17.	Граве Україна	8 064	490	6,07
18.	Ультра Альянс	7 292	811	11,12
19.	Євроінс Україна	4 032	459	11,38
20.	Країна	1 209	-	0,00

*Джерело: складено авторами за даними [17].

Структура каналів збуту свідчить про недостатню інтегрованість туристичних операторів та агенцій у процес надання страхових послуг та формування високого рівня страхової культури. Важливо, щоб суб'єкти туристичного ринку, які пропонують туристичне страхування, та менеджери страхової галузі мали ґрунтовні знання про типи полісів, які забезпечують страхове покриття туристичних ризиків, а також про процедури отримання допомоги у разі настання страхового випадку. Чітке розуміння споживачами процесу страхування та переваг поліса туристичного страхування

сприяє зростанню довіри до постачальників послуг та формує позитивні наміри про придбання страхового захисту у майбутньому. Результати інтервенційного дослідження Г. Луна-Кортеса (G. Luna-Cortés) та М. Брейді (M. Brady) підтверджують, що клієнти, які отримують туристичне страхування у складі пакетних послуг, часто не мають достатньої інформації про його умови. Вчені переконані, що постачальники послуг у сфері туризму повинні «скористатися можливістю детально пояснити умови та процеси, навіть якщо страхування вже включене, і надати додаткову інформацію на папері або в електронному вигляді» [18]. Такий

підхід підвищує обізнаність споживачів, що своєю чергою дозволяє їм ефективніше розв'язувати проблеми в надзвичайних ситуаціях, і зміцнює довіру до компанії, яка надала послугу.

З огляду на низький рівень охоплення українських туристів страховим захистом під час подорожей, а також недостатню інтеграцію туристичних операторів та агентів у процес надання страхових послуг, страховикам варто активізувати співпрацю із суб'єктами туристичного ринку. Така співпраця має передбачати спільну розробку інтегрованих страхових продуктів, спрямованих на задоволення актуальних потреб туристів; запровадження інформаційно-просвітницьких кампаній для підвищення обізнаності працівників туристичної індустрії та потенційних клієнтів щодо важливості страхового захисту під час подорожей, а також необхідності оформлення страховки для закордонних поїздок громадян.

Ефективність страхування як важливого компонента безпечного туризму в Україні значно зростає за умови успішного впровадження інноваційних страхових рішень, адаптованих вітчизняними страховиками до нових безпекових викликів, розбудови інфраструктури туристичного страхування, активного використання цифрових інструментів, а також підвищення якості страхових продуктів, що пропонуються туристам. Окремої уваги потребує розвиток сервісного страхування, що зумовлює необхідність розширення

партнерства з асистанс-компаніями як ключовими агентами у наданні оперативної допомоги туристам у разі настання страхового випадку.

Водночас аналіз світової та вітчизняної практики страхування ризиків туристів показує, що його розвиток визначається внутрішньою економічною ситуацією, інтенсифікацією розвитку туристичного ринку та рівнем благополуччя населення і його культури. Тому серед пріоритетів державної політики має бути створення умов для розвитку людського капіталу та забезпечення внутрішньої безпекової ситуації, оскільки саме ці фактори є фундаментом для зростання туристичної галузі та формування стійкого попиту на якісні страхові продукти для мандрівників.

Висновки. Отже, туристичне страхування є видом страхового захисту туристів, що спрямований на відшкодування збитків від непередбачуваних витрат, пов'язаних із ризиками для життя, здоров'я та працездатності під час подорожі, забезпечуючи їх фінансову стабільність.

Традиційно туристичне страхування є популярним видом страхового захисту в багатьох країнах світу, особливо в тих, де туризм становить вагомую частку економіки. Однак в останні роки підходи до організації страхового захисту туристів зазнали суттєвих змін, що зумовлено змінами у сприйнятті населенням страхових послуг у період пандемії COVID-19 та пов'язаними з нею обмеженнями, а також іншими геополітичними

чинниками, які вплинули на економічну та безпекову ситуації.

Вплив пандемії, повномасштабної війни та економічної нестабільності суттєво змінив структуру попиту на продукти туристичного страхування в Україні, актуалізувавши необхідність вдосконалення страхових продуктів і сервісів. Попри певні ознаки поступового відновлення туристичної активності у 2024 році, ринок туристичного страхування в Україні залишається недостатньо розвиненим. Його стримує обмежений платоспроможний попит, низька страхова культура серед споживачів і слабка інтегрованість туристичних операторів та агентств у процес просування страхових продуктів. У цьому контексті особливого

значення набуває міжсекторна співпраця між страховими компаніями та суб'єктами туристичного ринку, спрямована на створення доступних, зрозумілих і клієнтоорієнтованих страхових рішень.

Ефективний розвиток туристичного страхування потребує комплексних змін: активного впровадження цифрових технологій, модернізації сервісів страхових компаній, розбудови інфраструктури асистансу, а також масштабної інформаційно-роз'яснювальної роботи. Водночас стійке зростання цього сегменту ринку напряму залежить від стабілізації внутрішньої безпеки, підвищення рівня життя населення та державної підтримки стратегій розвитку людського капіталу.

References

- Aleskerova, Y. (2022). Optimization and prospects for the development of insurance in the tourism business in the context of the pandemic. *Three Seas Economic Journal*, Vol. 3, 1, 12-20. doi: <https://doi.org/10.30525/2661-5150/2022-1-2>.
- Kopylyuk, O. (2021). Features of formation of insurance protection system in tourist activity. *Tourism and Hospitality Industry in Central and Eastern Europe*, 1, 43-47. doi: <https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-1-5> [in Ukrainian].
- Naseeb, H., Diab, A., Metwally, A. (2020). The impact of the COVID-19 pandemic on medical and travel insurance pricing and fraud risks: An exploratory study. *Journal of Risk Management in Financial Institutions*, Vol. 14, 1, 59-71. doi: <https://doi.org/10.69554/CGSD7961>
- Kovačević Berleković, B., Milić, D., Bošković, T. (2022). The impact of the COVID-19 pandemic on tourism insurance on the example of the Republic of Serbia. *Ekonomija: teorija i praksa*, 15(4), 109-129. doi: <https://doi.org/10.5937/etp2204109K>
- Tan, D., Caponecchia, C. (2021). COVID-19 and the public perception of travel insurance. *Annals of Tourism Research*, Vol. 90, 103-106. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103106>
- Diakonidze, M. (2021). Tourism Insurance Market, Risks and Prospects: The Case Study. *The Journal of Corporate Governance, Insurance, and Risk Management*, Vol. 8, 1, 75-83. doi: <https://doi.org/10.51410/jcgirm.8.1.5>
- Suslikov, A., Sirenko, O., Karman, S., Pochernina, N., Zakharchenko, O., Vasylchenko, O. (2021). Market power and competitive policy on the market of tourist services insurance. *Financial and credit activities: problems of theory and practice*, 6 (41), 238-249. doi: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v6i41.251444>
- Kneysler, O., Kaminska, O. (2016). Problems of institutional and legal support of asystans on insurance market of Ukraine. *World of Finance*, 1, 192-205 [in Ukrainian].

- Chvertko, L., Demchenko, T. (2018). Travel risks insurance: problems of theory and practice. *Economies' Horizons*, 1(4), 67–75. doi: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.1\(4\).2018.132249](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(4).2018.132249) [in Ukrainian].
- Chvertko, L. A., Vinnytska, O. A., Korniienko, T. O. (2020). State and problems of tourist insurance development in Ukraine. *The Actual Problems of Regional Economy Development*, 1(16), 58–67. doi: <https://doi.org/10.15330/apred.1.16.58-67> [in Ukrainian].
- Mozghova, D., Zihunova, I. (2023). Travel insurance in times of war. *Efektivna ekonomika*, 5. doi: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.5.50> [in Ukrainian].
- Sushchenko, O., Klok, O., Shcherban, A. (2023). Current problems of insurance development on the market of tourist services in Ukraine. *International scientific journal «Internauka». Series: «Economic sciences»*, 12 (80), vol. 1, 151-157. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-12-9524> [in Ukrainian].
- The National Bank of Ukraine. (2024). Pokaznyky diialnosti uchastnykiv rynku nebankivskykh finansovykh posluh. Nahliadova statystyka [Performance indicators of nonbank financial services market participants. Supervisory statistics]. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist#6> [in Ukrainian].
- UNWTO. (May 2023). World Tourism Barometer, Vol. 21, Is. 2. URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-05/barom-ppt-may-2023_0.pdf?VersionId=pJ0gOWRPkI5bFD5tx5yyuRJ82xwe4jwu.
- Demchuk, V. S. (2023). Digest of U-Report surveys: third quarter of 2023 (domestic tourism, radiation and nuclear safety, financial literacy). *Ukrainian Society*, 3 (86), 137–145. doi: <https://doi.org/10.15407/socium2023.03.137> [in Ukrainian].
- Boichyn Myroslav. (2024). Perekhid na yevropeiski standarty dast perevahy dlia kliientiv i novyi impuls dlia rozvytku rynku [The transition to European standards will provide benefits for customers and a new impetus for market development]. *Insurance TOP*, 1(97), 26–27. URL: https://forinsurer.com/insurancetop_97 [in Ukrainian].
- Forinsurer. (2025). Reitynh strakhovykh kompanii Ukrainy. Strakhuvannia turystiv. Reitynh strakhovykh kompanii Ukrainy za 12 misiatsiv 2024 r. [Rating of insurance companies in Ukraine. Travel insurance. Rating of insurance companies in Ukraine for 12 months of 2024]. URL: <https://forinsurer.com/ratings/nonlife/24/12/49> [in Ukrainian].
- Luna-Cortés, G., Brady, M. (2024). Measuring Travel Insurance Literacy: Effect on Trust in Providers and Intention to Purchase. *Journal of Travel Research*, 64(3), 683–695. doi: <https://doi.org/10.1177/00472875231220944>