

### Список використаних джерел

1. Яцюк, Д. В. (2015). Цифровий маркетинг: майбутнє маркетингових комунікацій в брендингу. *Інвестиції: практика та досвід*, (7). Отримано з [http://www.investplan.com.ua/pdf/7\\_2015/16.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/7_2015/16.pdf)
2. Булик, О. Б. (2023). Вплив інструментів маркетингу на просування циркулярної економіки. У Г. В. Черевка (Ред.), *Функціонування сільськогосподарських підприємств на засадах циркулярної економіки: матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції, ЛНУП, Дубляни, 6-7 червня 2023 р.* (С. 150–153). Галицька видавнича спілка.
3. Гриценко, С. І. (2016). Цифровий маркетинг – нова парадигма розвитку освітніх кластерів в умовах глобалізації. *Вісник економічної науки України*, 1(30), 29–31.
4. Шевченко, Т. (n.d.). *Що таке digital-маркетинг: основи, канали та інструменти*. Wizeclub. Отримано з <https://wizeclub.education/blog/shho-take-digital-marketing-osnovi-kanali-ta-instrumenti/>
5. Томашевський, Ю. М., & Проскура, В. Ф. (2024). Цифровий маркетинг: стратегії та інструменти для успішного онлайн-просування. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*, 1-2(314-315), 154–160.

**Дранус В.В.,**

к. е. н., доцент,

Чорноморський національний університет імені Петра Могили,

Миколаїв, Україна

**Прокопишин О.С.,**

к. е. н., доцент

Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій

імені Степана Гжицького,

Львів, Україна

### ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ У СТРАХОВОМУ БІЗНЕСІ

Цифровізація є одним із ключових чинників трансформації сучасного бізнес-середовища. Страховий сектор, який традиційно характеризується високою регуляцією та паперовими процесами, поступово впроваджує новітні

технології для підвищення конкурентоспроможності, ефективності операцій та якості обслуговування клієнтів. Цифрові трансформації в страхуванні охоплюють автоматизацію процесів, використання штучного інтелекту, big data, інтернету речей (IoT), мобільних додатків, блокчейн-технологій тощо. Метою є дослідження основних напрямів цифрової трансформації в страховій галузі та аналіз їх впливу на функціонування страхових компаній.

Цифрова трансформація - це не лише впровадження технологій, а й докорінна зміна підходів до організації бізнесу, орієнтована на створення цифрової цінності для клієнта. У страхуванні вона проявляється у цифрових каналах збуту, онлайн-врегулюванні страхових випадків, автоматизованому андеррайтингу, телемедицині, використанні big data для оцінки ризиків та прогнозування збитків тощо [1].

Страхові компанії активно впроваджують роботизовану автоматизацію процесів (RPA) для обробки рутинних операцій: оформлення полісів, обробки заявок, нарахування страхових виплат. Компанія Allianz використовує RPA для обробки понад 3 мільйонів транзакцій на рік, що дозволило скоротити час обробки заявок на 50%. У США MetLife застосовує автоматизовані системи обробки звернень клієнтів, що зменшило потребу в участі операторів кол-центрів [2].

InsurTech (insurance + technology) - галузь, що охоплює стартапи та технологічні рішення у страхуванні. Прикладом є компанія Lemonade (США), яка повністю працює через мобільний додаток і використовує AI для ухвалення рішень про страхові виплати. Її чат-бот Мауа оформлює поліс за 90 секунд, а страхові виплати відбуваються за 3 хвилини. В Україні прикладом InsurTech є онлайн-сервіс hotline.finance, який об'єднує продукти понад 30 страхових компаній і дозволяє оформити ОСЦПВ, туристичне чи майнове страхування в кілька кліків [3].

Використання великих даних та штучного інтелекту дозволяє здійснювати глибокий аналіз поведінки клієнтів, персоналізувати продукти та точніше оцінювати ризики. АХА використовує аналітику даних для визначення найбільш ризикових сегментів клієнтів і формує спеціальні пропозиції. У свою чергу,

страхова компанія Zurich Insurance застосовує AI для аналізу фотографій пошкоджених транспортних засобів, що дозволяє за кілька хвилин оцінити суму збитків [4].

Цифрові канали забезпечують клієнтам зручність у взаємодії зі страховиком: оформлення полісів онлайн, електронне врегулювання страхових випадків, цифрові кабінети тощо. В Україні компанія VUSO пропонує клієнтам мобільний застосунок з особистим кабінетом, електронним полісом та функцією подачі заявок на відшкодування [5]. Компанія ARX надає можливість клієнтам зафіксувати ДТП у мобільному застосунку без участі представника страхової [6]. TAS Life пропонує електронне страхування життя з інтеграцією в Дію [7].

Блокчейн та смарт-контракти забезпечують прозорість та незмінність даних. Так, компанія Etherisc розробила децентралізовану платформу страхування, яка використовує смарт-контракти для автоматичного нарахування виплат за страховками на випадок затримки рейсів. AXA також тестувала подібні рішення у своєму продукті Fizzy - страховці від затримок авіарейсів на основі блокчейну Ethereum [8].

Пандемія COVID-19 прискорила впровадження телемедицини послуг у медичному страхуванні. Компанія Vira Global інтегрувала відеоконсультації з лікарями через додаток. В Україні платформа Helsi співпрацює зі страховими компаніями для надання телемедицини послуг клієнтам ДМС. Страхова компанія INGO реалізувала можливість запису до лікаря, отримання електронних рецептів і спілкування з лікарем онлайн через свій мобільний застосунок [9].

Цифрова трансформація являє собою фундаментальну зміну в операційній діяльності, бізнес-моделях та способах взаємодії зі стейкхолдерами страхових компаній, зумовлену інтеграцією цифрових технологій. Цей процес відкриває значні можливості для підвищення конкурентоздатності та оптимізації бізнес-процесів, водночас ставлячи перед страховиками низку серйозних викликів.

Одним із ключових аспектів позитивного впливу цифрової трансформації є підвищення операційної ефективності. Впровадження технологій

автоматизації, зокрема роботизованої автоматизації процесів (RPA) та штучного інтелекту (AI), дозволяє значно скоротити витрати на людські ресурси та пришвидшити виконання рутинних операцій, таких як обробка страхових випадків та андеррайтинг, що призводить до оптимізації бізнес-процесів, зменшення кількості помилок та вивільнення кваліфікованого персоналу для виконання більш складних та стратегічно важливих завдань.

Помітним бенефітом є поліпшення клієнтського досвіду. Застосування цифрових каналів комунікації, включаючи мобільні застосунки та онлайн-платформи, забезпечує клієнтам безперервний та зручний доступ до страхових послуг. Можливість оформлення полісів, подання заявок на відшкодування та отримання консультацій у режимі 24/7 підвищує рівень задоволеності клієнтів та зміцнює їхню лояльність. Прозорість інформації та швидкість обслуговування, забезпечені цифровими інструментами, є важливими факторами у формуванні позитивного іміджу страхової компанії.

Цифрова трансформація також відкриває шлях до персоналізації страхових послуг. Аналіз великих обсягів даних (Big Data) за допомогою передових аналітичних інструментів дозволяє страховикам глибше розуміти потреби різних сегментів клієнтів, що дає змогу розробляти та пропонувати більш адаптовані страхові продукти та послуги, які максимально відповідають індивідуальним потребам та профілям ризику клієнтів, підвищуючи таким чином їхню цінність.

Розширення каналів дистрибуції за рахунок онлайн-продаж страхових продуктів значно розширюють географію ринків збуту та зменшують залежність від традиційної агентської мережі. Це дозволяє страховим компаніям охоплювати нові клієнтські сегменти та оптимізувати витрати на дистрибуцію.

Впровадження новітніх технологій, таких як блокчейн, сприяє підвищенню прозорості та довіри у відносинах між страховиком та клієнтом. Незмінність записів у розподіленому реєстрі та можливість автоматичного виконання умов договору (смарт-контракти) забезпечують більшу впевненість клієнтів у надійності страхової компанії та чесності її зобов'язань.

Поряд із численними перевагами, цифрова трансформація супроводжується значними інвестиціями у цифрову інфраструктуру. Впровадження сучасних технологій, розробка програмного забезпечення та оновлення існуючих ІТ-систем потребують значних фінансових вкладень, що може стати суттєвим бар'єром для малих та середніх страхових компаній з обмеженими ресурсами.

Зростання обсягів цифрових даних та активізація онлайн-операцій підвищують проблеми кібербезпеки. Ризики витоку конфіденційної інформації, кібератак на ІТ-інфраструктуру та шахрайства стають дедалі актуальнішими. Забезпечення надійного захисту даних клієнтів та операційних систем є критично важливим завданням, що потребує постійних інвестицій у відповідні технології та кваліфікований персонал.

Необхідність відповідності нормативним вимогам також є значущим викликом. Регуляторні органи встановлюють жорсткі стандарти щодо захисту персональних даних (наприклад, GDPR та аналогічні локальні норми), що вимагає від страхових компаній значних зусиль та витрат на забезпечення правового супроводу та впровадження відповідних процедур.

Брак цифрових навичок у персоналу є ще однією серйозною перешкодою на шляху цифрової трансформації. Впровадження нових технологій вимагає від співробітників володіння новими компетенціями. Страхові компанії змушені інвестувати значні кошти та час у навчання і перекваліфікацію існуючого персоналу або залучати висококваліфікованих ІТ-фахівців, що може бути складно та дорого.

Нарешті, опір змінам з боку частини співробітників або клієнтів може уповільнити процес впровадження цифрових нововведень. Нерозуміння переваг нових технологій або побоювання щодо їхнього впливу можуть призвести до саботажу та низької адаптивності до нових процесів. Ефективна комунікація та управління змінами є ключовими факторами для подолання цього виклику.

Цифрова трансформація є неминучим та багатограним процесом для сучасних страхових компаній. Незважаючи на значні виклики, успішне впровадження цифрових технологій відкриває широкі можливості для підвищення операційної ефективності, покращення клієнтського досвіду, персоналізації послуг, розширення каналів дистрибуції та зміцнення довіри. Успішне подолання існуючих викликів, таких як інвестиції в інфраструктуру, забезпечення кібербезпеки, дотримання нормативних вимог, розвиток цифрових навичок персоналу та управління опором змінам, є ключовим фактором для досягнення довгострокової конкурентоздатності та сталого розвитку страхових компаній в умовах цифрової економіки.

### Список використаних джерел

1. PwC. (2020). *Insurance 2025: The digital future of insurance*. Retrieved from <https://www.pwc.com>
2. Accenture. (2021). *The Future of Insurance: Reimagining insurance for the digital age*. Retrieved from <https://www.accenture.com>
3. Deloitte. (2023). *2023 Insurance Industry Outlook*. Retrieved from <https://www2.deloitte.com>
4. McKinsey & Company. (2022). *How insurance can prepare for the next distribution model*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com>
5. VUSO. (n.d.). *Official website*. Retrieved from <https://vuso.ua>
6. ARX. (n.d.). *Official website*. Retrieved from <https://arx.ua>
7. TAS Life. (n.d.). *Official website*. Retrieved from <https://taslife.com.ua>
8. IBM. (2021). *Blockchain in insurance: Improving trust and efficiency*. Retrieved from <https://www.ibm.com>
9. World Health Organization. (2010). *Telemedicine: Opportunities and developments in Member States*. Retrieved from <https://www.who.int>