

Колектив авторів

д.е.н., професор **Л. О. Примостка** (передмова, 1.1, 2.3, у співавторстві), д.е.н., професор **І. В. Краснова** (1.2, у співавторстві, 4.3, у співавторстві, 5.1), д.е.н., професор **Сембієва Л. М.**, (Казахстан) (5.2, у співавторстві), к.е.н. асоційований проф. **Жагіпарова А. О.** (Казахстан) (5.2, у співавторстві), к.е.н. **В. В. Лавренюк** (2.2, 2.3, у співавторстві, 2.4, 5.2 у співавторстві, 5.3); к.е.н., доц. **В. Г. Шевалдіна** (1.2, у співавторстві); к.е.н., доц. **Т. Г. Іванова** (1.3); к.е.н., доц. **І. В. Домінова** (1.4); к.е.н., доц. **С. І. Ходакевич** (1.5, у співавторстві, 5.5, у співавторстві); **В. М. Даниленко** (1.5, у співавторстві); д.е.н., проф. **Д. М. Гриджук** (2.1 у співавторстві); к.е.н., доц. **Н. П. Баріда** (2.1, у співавторстві); к.е.н., доц. **В. С. Білошапка** (2.5); к.е.н., доц. **О. А. Брегеда** (2.6); к.е.н., доц. **Т. Д. Кривошлик** (3.1, у співавторстві); к.е.н., доц. **Т. В. Татаріна** (3.1, у співавторстві); к.е.н., доц. **О. В. Димніч** (3.2, у співавторстві); PhD, АСП, **Д. В. Гаманков** (Чехія) (3.2, у співавторстві), к.е.н., доц. **Т. І. Стецюк** (3.3, у співавторстві); **В. В. Черняхівський** (3.3, у співавторстві); к.е.н. **К. В. Третяк** (3.4, у співавторстві); к.е.н. старш. викл. **В. О. Демченко** (3.4, у співавторстві); д.е.н., професор. **О. О. Примостка** (4.1, у співавторстві); к.е.н., доц. **П. М. Чуб** (4.1, у співавторстві); к.е.н. **Ю. І. Стрільчук** (4.2); здобувач ступеня доктора філософії **А. В. Лавренюк** (4.3, у співавторстві); к.е.н., доц. **І. Б. Охрименко** (4.4, 4.5); д.е.н., проф. **Р. В. Корнилюк** (5.4), магістерка програми «Банківський менеджмент» **К. О. Пономаренко** (5.5, у співавторстві).

Рецензенти

О. І. Береславська, д.е.н., проф.,
завідувач кафедри банківської справи та фінансового моніторингу
(Університету державної фіскальної служби України)

Л. В. Шірінян, д.е.н., проф., завідувач кафедри фінансів
(Національного університету харчових технологій)

В. М. Опарін, д.е.н., проф., завідувач кафедри фінансів імені Віктора Федосова
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

*Рекомендовано до друку Вченою радою КНЕУ
Протокол № 11 від. 27.05.2021 р.*

**Фінансовий бізнес: інновації, фінтех, регулювання [Електронний ресурс] : міжнародна колективна монографія / за заг. ред д.е.н., проф. Л. О. Примостки / Л. О. Примостка, І. В. Краснова, В. В. Лавренюк, Л. М. Сембієва та ін. — Київ : КНЕУ, 2022. — 375, [1] с.
ISBN 978-966-926-400-8**

Міжнародну монографію присвячено виявленню сучасних трендів та стратегій розвитку фінансового бізнесу в умовах розвитку фінтех індустрії, вивченню структурних трансформацій, які відбуваються у фінансовій сфері, ідентифікації ризиків цифрової трансформації банківського та страхового бізнесу. Визначено напрями взаємодії банків, страхових компаній та фінтех компаній для отримання синергетичних ефектів і подальшого динамічного розвитку. Досліджено світовий досвід функціонування сталих фінансових екосистем, розроблено пропозиції для вітчизняного банківського та страхового бізнесу щодо участі у їх формуванні. Висвітлено вплив фінтех інновацій на розвиток фінансового бізнесу, венчурне інвестування, формування інклюзивної фінансової поведінки населення України. Представлено сучасну парадигму регулювання фінансового сектору на основі комплексності інституційного та кластерного підходів, проаналізовано макропруденційну політику регулювання системних ризиків в умовах цифрового середовища, окреслено перспективи впровадження цифрових валют центральних банків. Міжнародну монографію підготовлено міжнародним колективом науковців, до якого ввійшли викладачі КНЕУ імені Вадима Гетьмана та Євразійського національного університету ім. Л. Н. Гумільова (м. Нур-Султан, Казахстан), а також як вітчизняні так і іноземні фахівці-практики (Чехія) фінансового бізнесу.

Для науковців, викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей, а також для всіх, кого цікавлять проблеми управління фінансовим бізнесом в умовах розвитку фінтех індустрії.

УДК 336.025.12:330.341.1

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ заборонено*

© Л. О. Примостка, І. В. Краснова,
В. В. Лавренюк, Сембієва Л. М. та ін., 2022
© КНЕУ, 2022

ISBN 978-966-926-400-8

3.2. Інновації в організації маркетингової діяльності страховика (к.е.н., доцент Димніч О. В., PhD, АСП, андерайтер, Чехія Гаманков Д. В.)	163
3.3. Страхування професійної відповідальності лікаря в період пандемії: новітні погляди та перспективи (к.е.н., доцент Стецюк Т. І., Генеральний директор Ассоциации Страховой бизнес Черняхівський В. В.)	175
3.4. Інноваційні продукти та технології страхування життя (к.е.н., доцент Третяк К. В., к.е.н., старші виклад. Демченко В. О.)	189

Розділ 4. ФІНТЕХ-ЕКОСИСТЕМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ 200

4.1. Формування екосистем в інформаційно-мереживній економіці (д.е.н., професор Примостка О. О., к.е.н., доцент Чуб П. М.)	200
4.2. Принципи функціонування сталих фінансових екосистем: зарубіжний досвід та пропозиції для вітчизняного банківського бізнесу (к.е.н., доцент Стрільчук Ю. І.)	213
4.3. Фінтех-інновації у формуванні інклюзивної фінансової поведінки населення України (д.е.н., професор Краснова І. В., здобувач PhD Лавренюк А. В.)	224
4.4. Венчурне інвестування інноваційного розвитку економіки (к.е.н., доцент Охрименко І. Б.)	244
4.5. Розвиток венчурного інвестування в Україні та світі (к.е.н., доцент Охрименко І. Б.)	260

Розділ 5. РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ НАЦІОНАЛЬНИМ БАНКОМ УКРАЇНИ 275

5.1. Сучасна парадигма регулювання фінансового ринку на основі комплементарності інституційного та кластерного підходів (д.е.н., професор Краснова І. В.)	275
5.2. Міжнародний досвід регулювання фінансового бізнесу в умовах розвитку фінтех-індустрії (к.е.н., доцент Лавренюк В. В., д.е.н., професор Сембієва Л. М. (Казахстан), д.е.н., асоційований професор Жазипарова А. О. (Казахстан))	294
5.2.1. Казахстанський досвід регулювання фінансового бізнесу в умовах розвитку FinTech-індустрії	308
5.3. Адаптація практик регулювання фінансового бізнесу у взаємодії з фінтех-індустрією (к.е.н., доцент Лавренюк В. В.)	311
5.4. Макропруденційна політика регулювання системних ризиків в умовах цифрової трансформації фінансового середовища (д.е.н., професор Корнилюк Р. В.)	321
5.5. Цифрові валюти центральних банків та напрями їх наднаціонального регулювання (к.е.н., доцент Ходакевич С. І., Пономаренко К. О.)	337

шляхом подальшого обов'язкового розвитку страхування професійної відповідальності лікарів із урахуванням та узгодженням інтересів медичних працівників та їх пацієнтів. Дійсно, страхування професійної відповідальності лікарів може бути одним із дієвих інструментів забезпечення належної якості надання медичної допомоги в Україні.

3.4. Інноваційні продукти та технології страхування життя

Утримання конкурентоспроможних позицій учасників ринкового простору вимагає від страхових компаній адаптації до сучасної стратегії, яка передбачає використання новітніх технологій і запровадження інноваційних продуктів на ринку страхування життя. Відповідне функціонування та подальший розвиток сфери страхування життя в епоху посткоронавірусної цифрової ери ґрунтується на використанні інтегруючого підходу, який базується на дотриманні певних принципів, а саме: доступність можливостей онлайн-продажів, простота просування товарів в інтернет-просторі, що корелюватиме з безперерйністю інтеграції можливостей підтримки та консультування. Для ефективної реалізації новітньої стратегії страховики повинні закладати основу для реалізації інноваційних продуктів, адаптувати свої технологічні та організаційні можливості¹⁴³.

В останнє десятиліття цифровізація страхової галузі постійно зростає. Проте на ринку спостерігаються нівелювання інтересів між часткою страхових компаній, які досягли та продовжують нарощувати свої зусилля щодо оцифрування власних бізнеспроцесів, та зацікавленість клієнтів у наявності взаємодії в отриманні страхової послуги. Ця ситуація пояснює те, що на сьогодні на страховому ринку переважна більшість страхових компаній не можуть повністю забезпечити реалізацію страхової послуги через Інтернет.

Рівень наповненості страхового портфеля визначає можливості страховика щодо просування товарів в інтернет-просторі. Страхові компанії, які надають послуги з ризикових видів страхування, потенційно спроможні реалізувати свої продукти з використанням інтернет-технологій у межах 90 %, тоді як страховики, які надають послуги зі страхування життя, мають обмежені можливості — близько 40 % у медичному страхуванні і лише

¹⁴³ Hanif Sidi et al., «Re-envisioning expense management: How insurance companies can prepare for the future by establishing and maintaining expense-minded solutions,» *Deloitte*, September 2020. (назва з екрану). URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/financial-services/articles/re-envisioning-insurance-company-expense-management.html> (Дата звернення: 11.03.2021).

11 % — у традиційних видах страхування життя. Продаж послуг страхування життя за допомогою Інтернету на даний момент реалізується на рівні невеликої кількості страхових компаній. Однією з причин цього є складність існуючих на ринку продуктів.

Сучасний страховий ринок поєднує прості та складні страхові продукти, що генерують високий рівень пошукового трафіку в поєднанні з тим, що ці два сегменти продуктів демонструють великі відмінності у відповідних рівнях цифрового забезпечення. Складні страхові продукти, як правило, вимагають цілеспрямованіших зусиль страховиків у напрямі подолання інформаційного розриву з клієнтами. Потрібно спрощувати страхові продукти, покращувати прозорість та інформаційну обізнаність щодо товарів, надавати спеціальні експертні поради, щоб допомогти клієнтам орієнтуватися в безлічі опцій та компромісів. На сьогодні страховики здебільшого вважають, що особиста порада повинна бути надана особисто, щоб вона була ефективною. Ці стереотипи повинні долатися впровадженням нових технологій і реалізацією інноваційних продуктів на ринку страхування життя.

Зазначимо, що під час кризи covid-19 значна кількість бізнес-моделей у більшій мірі покладалась на пряму взаємодію людей, які підвищували свою активність при віддаленій взаємодії¹⁴⁴. Одним з прикладів є прискорення розвитку телекомунікацій: галузі страхування з наявними складними ризиками (з позицій їх оцінювання), які вимагають безпосередньої людської взаємодії, на сьогоднішній день поступово впроваджують персоналізовані онлайн-консультації. Використання вузькопрофільних спеціалістів зі знанням специфічних ризиків дає можливості діагностування та консультування клієнтів онлайн. Оцифрування складних продуктів та подання заявок розширює можливості реалізації онлайн-продажів. Легкість навігації в інтернет-просторі допомагає страховикам відійти від традиційних методів реалізації послуг та впроваджувати інноваційні продукти.

Основними перевагами реалізації послуг страхування життя в онлайн-режимі є: швидкість роботи веб-сайту страховика, якість і продуктивність цільової сторінки, а також рівень взаємодії користувачів під час відповідних етапів реалізації продуктів¹⁴⁵.

¹⁴⁴ COVID-19: Virtual close preparedness, *Deloitte*, (назва з екрану) URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/financial-services/covid-19-virtual-close-insurance.pdf> (Дата звернення: 11.03.2021).

¹⁴⁵ Amy Danise (2020), How fast can I get life insurance?, *Forbes*, March. (назва з екрану). URL: <https://www.forbes.com/advisor/life-insurance/how-fast/> (Дата звернення: 11.03.2021).

Розглядаючи швидкість роботи веб-сайту, необхідно звертати увагу на зв'язки між швидкістю реагування сайту на запити потенційного страхувальника та коефіцієнтом відмов і конверсії при зворотному зв'язку¹⁴⁶ (рис. 3.6).

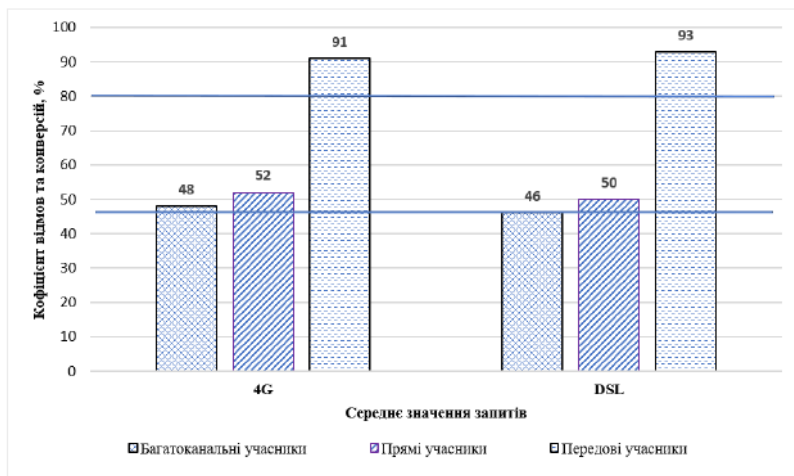


Рис. 3.6. Оцінка швидкості роботи веб-сайтів страховиків у світовому масштабі станом на 01.01.2021 р.

Джерело: Розраховано та побудовано на основі статистичних даних: Amy Danise (2020). How fast can I get life insurance? *Forbes*. URL: <https://www.forbes.com/advisor/life-insurance/how-fast/> (Дата звернення: 11.03.2021).

Розглядаючи у світовому масштабі зв'язки між складовими, що характеризують швидкість роботи веб-сайтів страховиків, було порівняно пошукові можливості 4G та DSL (цифрова абонентська лінія) систем¹⁴⁷. При оцінці значень компаній, що аналізувались за допомогою 4G, багатоканальні учасники показали значення від 22 до 88 % (середнє по вибірці 48 %), прямі учасники — в межах 22–89 % (середнє — 52 %), передові учасники — в діапазоні 88–97 % (середнє 91 %). Аналізуючи значення страховиків за допомогою DSL, багатоканальні учасники показали значення від 21 до 83 % (середнє по вибірці 46 %), прямі учасники — у межах

¹⁴⁶ OECD (2017). Technology and innovation in the insurance sector (назва з екрану). URL: <https://www.oecd.org/finance/Technology-and-innovation-in-the-insurance-sector.pdf> (Дата звернення: 11.03.2021).

¹⁴⁷ Internet connection via a 3G/4G, LTE modem (назва з екрану). URL: <https://help.keenetic.com/hc/en-us/articles/360000464180-Internet-connection-via-a-3G-4G-LTE-modem> (Дата звернення: 11.03.2021).

22–79 % (середнє — 50 %), передові учасники — у діапазоні 89–96 % (середнє 93 %). Переважна частина страховиків має середні значення пошукової спроможності, що підтверджує достатньо високі можливості компаній щодо утримання клієнтів за допомогою веб-сайтів.

Якщо час завантаження займає більше трьох секунд, 53 % користувачів залишають мобільний сайт. Навіть час завантаження, подовжений лише на одну секунду, різко знижує коефіцієнт перетворення на мобільних пристроях, тоді як затримка в дві секунди може збільшити швидкість відмов майже на 100 %. Оскільки середня швидкість завантаження веб-сайтів страховиків у світовому масштабі на настільних ПК і мобільних телефонах становить у середньому 3,2 секунди, швидкість роботи сайту слугує важелем ефективності реалізації послуг зі страхування життя¹⁴⁸.

Цільові сторінки страховиків, що надають послуги зі страхування життя, характеризуються наявністю великої диспропорції: багато цільових сторінок все ще наповнені дрібно шрифтовим інформаційним текстом про страхові продукти, тому вони не лише перевантажують користувачів, а й не спрямовують їхню увагу на відповідні підзаголовки. Така перешкода може бути подолана за рахунок вдосконалення веб-сторінок: наприклад, взаємодія *InsurTech* та прямого страховика, що надає послуги зі страхування життя, миттєво створює персоналізований досвід, запитуючи користувачів про їх вік. Надалі автоматично коригуються всі ціни, що миттєво відображаються на веб-сторінці.

Рівень взаємодії страховиків з потенційними страхувальниками під час відповідних етапів реалізації продуктів страхування життя залежить від складності та індивідуальності кожної послуги. Під впливом посткоронавірусної цифрової ери більшість товарів і послуг на сьогоднішній день реалізується без безпосередньої взаємодії продавців і покупців, що є специфічною рисою онлайн-продажів. У страхуванні життя послуги мають специфічний характер і тому на певному етапі вимагають переходу з онлайн-режиму в оффлайн. Впровадження інноваційних продуктів зі спрощеним механізмом реалізації надає можливість страховикам з традиційними страховими продуктами кардинально перебудувати та спрощувати процес придбання послуг і виходити на ринок з новими продуктами настільки ж високої якості.

¹⁴⁸ Amy Danise (2020), How fast can I get life insurance? *Forbes*. March. (назва з екрану). URL: <https://www.forbes.com/advisor/life-insurance/how-fast/> (Дата звернення: 11.03.2021).

Протягом останнього десятиліття страхові компанії стикнулися з проблемою утримання прибутковості на належному рівні та її поступовому зростанні. Для досягнення цієї мети українські страховики повинні зосереджуватися на головних пріоритетах для можливості підтримувати свою життєво важливу роль у взаємодії з клієнтами-страхувальниками¹⁴⁹. Світова галузь страхування життя зазнає значних змін у період глобалізації в поєднанні з проявами посткоронавірусної цифрової ери. Страхові ринки країн, що розвиваються, які раніше займали незначний сегмент, на сьогодні стають рушіями глобального зростання і наразі забезпечують більше половини глобального приросту премій (рис. 3.7) і 84 % приросту окремих ануїтетів (рис. 3.8).



Рис. 3.7. Динаміка зростання і приросту загального обсягу страхових премій в площині ринків, що розвиваються та розвинених ринків за 2010–2019 рр., %

Джерело: Розраховано та побудовано на основі статистичних даних: Global Life Insurance Gross Claims Payments by Ownership and Business Type (51 countries) — 2002 to 2019 (назва з екрану). URL: https://www.reportlinker.com/marketreport/Insurance/8495/Insurance?gclid=Cj0KCQjwjPaCBhDkARIsAISZN7T65RhhmTXAINac_kA7g-B5LpdNxeTMHhcP5SeuzULd7QIOfNQPs90aAn5bEALw_wcB (Дата звернення: 11.03.2021).

¹⁴⁹ Третяк К. В., Демченко В. О. Розвиток ринку страхування життя в Україні. *Інноваційна економіка*. 2020. № 3-4 (83). С. 169–174.

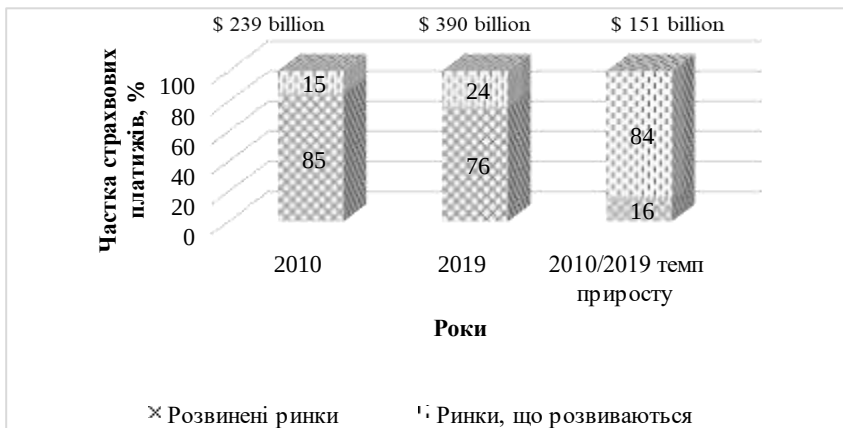


Рис. 3.8. Динаміка зростання та приросту страхових премій зі страхування життя в площині ринків, що розвиваються, та розвинених ринків за 2010–2019 рр., %

Джерело: Розраховано та побудовано на основі статистичних даних: Global Life Insurance Gross Claims Payments by Ownership and Business Type (51 countries) — 2002 to 2019 (назва з екрану). URL: https://www.reportlinker.com/marketreport/Insurance/8495/Insurance?gclid=Cj0KCQjwjPaCBhDkARIsAISZN7T65RhbmTXAINac_kA7g-B5LpdNxeTMHhcP5SeuzULd7QIOfNQPs90aAn5bEALw_wcB (Дата звернення: 11.03.2021).

Цифровізовані дані мають тенденцію до стрімкого зростання, надаючи страховикам фундаментальні можливості для досягнення прогресу в галузі передової аналітики та штучного інтелекту. Цифрові та мобільні досягнення підвищують паритет прозорості та якості послуг: клієнти отримують можливість подавати претензії, страхові пропозиції та інформацію про поліс кількома натисканнями на екран.

Останнє десятиліття також породило нові виклики. Глобальні перетворення призвели до зниження виходу на нові ринки на 3 %, а зростання страхових платежів на більшості розвинених ринків коливається у межах не більше як 2 % на рік, що є нижчим за рівень зростання ВВП¹⁵⁰. Зниження процентних ставок на гло-

¹⁵⁰ Ivor Edwards, Joyce Chan, and Vikram Sidhu, (2020) “Insurance Growth Report 2020: Midyear update, Clvde & Co. (назва з екрану). URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/financial-services/financial-services-industry-outlooks/insurance-industry-outlook.html/#endnote-sup-47> (Дата звернення: 11.03.2021).

бальному рівні зменшує прибутковість інвестиційного портфеля. Пандемія covid-19 впливає на зменшення світових процентних ставок до рівня навіть нижчого, ніж у часи світової фінансової кризи 2007–2008 рр. Зниження вартості послуг, що надаються в сфері страхування життя в 2020 р¹⁵¹, коливалося в межах 23–45 %. На міжнародному ринку корегування ставки у бік зменшення становило 24,5 %, тоді як у європейських країнах частка становила 42,5 %, у США — 45,4 %. Це є наслідком непропорційного впливу на страхові резерви страхування життя стосовно інших сегментів ринку.

Окреслимо тенденції, що показують перспективи для сфери страхування життя в наступному десятилітті. На сьогодні спостерігається підвищення попиту потенційних страхувальників. Пандемія covid-19 акцентує увагу на необхідності захисту від смертності¹⁵². Зростання державних пенсій є незначним порівняно з витратами на охорону здоров'я, які постійно зростають. Економічні та демографічні тенденції також призводять до змін. Міжнародний середній клас населення швидко зростає, що приводить до збільшення доходів, зростання фінансового добробуту та підвищення ролі страхового ризик-менеджменту.

Перед галуззю страхування життя стоїть ключова подвійна можливість: шанс задовольнити зростаючі потреби клієнтів і повернутися до прибутковості і зростання. Досягнення цих цілей для страхових компаній, що надають послуги зі страхування життя, можливе за рахунок реалізації низки заходів.

1. Персоналізація кожного аспекту взаємодії з клієнтами.

2. Розробка гнучких рішень щодо придатності продуктів до складних регуляторних та процентних умов.

3. Оптимізація існуючих та новітніх навичок і можливостей.

Необхідно враховувати вплив цифрових лідерів у різних сферах діяльності, що піднімає планку вимог клієнтів до надання дистанційних послуг, у тому числі і для страхування життя. Різні сфери пропонують можливості персоналізації, які зміцнюють стосунки з потенційними клієнтами. Страхувальники, що отримують послуги в сфері страхування життя, тривалий час зосереджували увагу на захисті від смертності, однак стурбованість

¹⁵¹ Greg Iacurci (2019) “Insurers pivot among declining interest rates, *Investment News* (назва з екрану). URL:<https://www.investmentnews.com/insurers-pivot-amid-declining-interest-rates-80874> (Дата звернення: 11.03.2021).

¹⁵² Swiss Re Institute (2020). World insurance: Riding out the 2020 pandemic storm. *Sigma* No. <https://www.swissre.com/dam/jcr:d50acbcd-ce5c-4ee9-bc60-a3c1e55f8762/sigma-4-2020-en.pdf> (Дата звернення: 11.03.2021).

ризиком смертності зменшилась на багатьох ринках, що зменшило попит на основні страхові продукти. Не зважаючи на нещодавнє збільшення онлайн-досліджень зі страхування життя, спричинене пандемією covid-19, довгострокове зниження ризику смертності продовжуватиметься. У найближче десятиліття страховики будуть відігравати дедалі помітнішу роль у захисті здоров'я своїх клієнтів, що пов'язується зі збільшенням тривалості життя та зміною тенденцій здоров'я.

До 2030 р. кількість людей у віці 60 років і старше зросте більш ніж на 50 % — з 900 млн у 2015 р. до 1,4 млрд¹⁵³. Крім того, неінфекційні хвороби — ті, які тісніше пов'язані із способом життя та поведінкою, такі як діабет, хвороби серця та рак легенів — становитимуть 71 % усіх щорічних смертей у всьому світі та складатимуть все більшу частку ризику смертності. Усі ці фактори спонукатимуть страховиків, що надають послуги зі страхування життя, залучати клієнтів до управління здоровим способом життя за допомогою страхування, задля збільшення довголіття страхувальників.

Новітні технології у сфері страхування життя з часом відіграватимуть дедалі важливішу роль. Поширення даних та підключених пристроїв, зокрема переносних пристроїв, надалі полегшуватимуть компаніям, що займаються страхуванням життя, приймати активну роль у формуванні здоров'я клієнтів — для користі кожного. Озброївшись цією інформацією, компанії зі страхування життя можуть надавати своєчасні, персоналізовані нагадування або повідомлення про дієту, лікування захворювань, призначення лікарів, місцеві ресурси охорони здоров'я та фізичну активність. Клієнти все більше прагнуть ділитися своїми даними в обмін на персоналізацію. На сьогодні шість з десяти споживачів у всьому світі діляться особистими даними зі своїми страховиками в обмін на нижчі страхові премії.

Ця тенденція посилюється під час пандемії. Дослідження показують, що більша частка споживачів охоче ділиться даними, зібраних із персоналізованих пристроїв задля моніторингу життєво важливих показників¹⁵⁴. Діяльність страхових компаній повинна базуватися на детальніших запитаннях особистого харак-

¹⁵³ Swiss Re Institute (2020). World insurance: Riding out the 2020 pandemic storm, *Sigma* No. 4 (назва з екрану). URL: <https://www.swissre.com/dam/jcr:d50acbcd-ce5c-4ee9-bc60-a3c1e55f8762/sigma-4-2020-en.pdf> (Дата звернення: 11.03.2021).

¹⁵⁴ J.D. Power (2020). Life insurance customer satisfaction flatlines despite pandemic fears. *BusinessWire* (назва з екрану). URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20201013005142/en/> (Дата звернення: 11.03.2021).

теру та медичній документації замість особистого огляду. Потрібно переходити на преміальний графік щодо визначення плати за страхування з використанням динамічних цін. Вагомими складовими є врахування здорового способу життя страхувальника, а саме: здорова поведінка, регулярні фізичні вправи, своєчасний медичний огляд, що надаватиме змогу корелювати страхові премії в бік їх зниження. У майбутньому очікується перехід страхування життя від традиційної моделі, що включає оцінку та обслуговування, до моделі інноваційного спрямування (рис. 3.9).

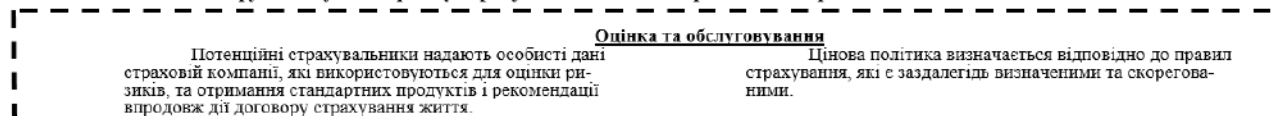
Запровадження інноваційних продуктів на ринку страхування життя можливе за постійного використання новітніх технологій та інструментів *InsurTech*. *InsurTech*, як одна із сфер *FinTech*, допомагає задовольнити потреби споживачів страхових послуг на основі актуалізації своєї діяльності, враховуючи переваги інноваційних технологій.

На сьогодні до основних інструментів *FinTech* належать мобільні додатки, Інтернет, блокчейн, штучний інтелект та великі дані (*Biq data*). Технології *InsurTech* представлені хмарними технологіями, віртуальною реальністю, телемедициною, телематекою, розумними контрактами та автоматизованими комунікаціями зі страхувальниками¹⁵⁵. Всі ці інструменти та технології слід ефективно застосовувати у всіх бізнес-процесах страхової компанії. Кожна зі складових має свої особливості та переваги у використанні як на одиничному рівні, так і комплексно, що сприятиме поглибленню залученості клієнтів. Блокчейн-технології страхування життя надають можливості автоматизації процесів формування даних страхувальників, фіксації, укладання договорів у режимі онлайн і врегулювання наслідків страхових подій. Використання блокчейн-технологій повинно поєднувати взаємодію акселераторів прискорювачів, інкубаторів та враховувати наявні створені стартапи та технології.

Глибоке проникнення інформаційних і цифрових технологій у діяльність страхових компаній стало можливим за рахунок швидкого зростання ролі Інтернету, веб-чатів, мобільних додатків, чат-ботів та відео зв'язку в площині отримання необхідних даних, що надає можливості виходу на нові ринки, працюючи разом зі страхувальниками.

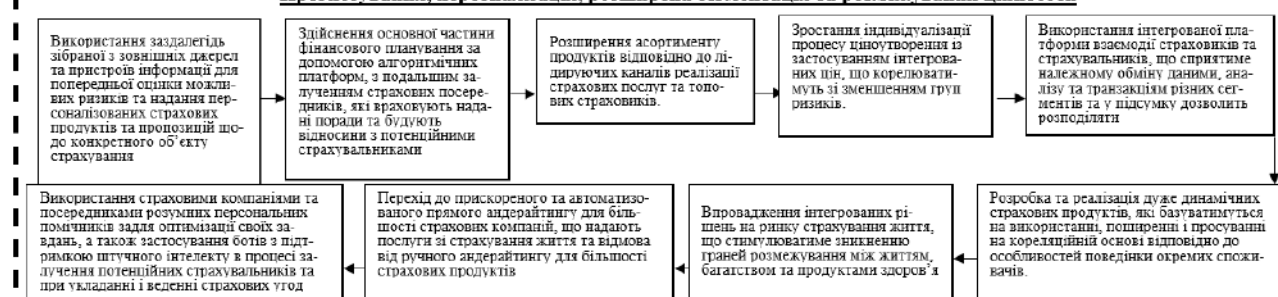
¹⁵⁵ Lea Nonninger (2019). Prudential has acquired InsurTech Assurance for \$2.3 billion, *BusinessInsider* (назва з екрану). URL: <https://www.businessinsider.com/prudential-acquires-assurance-for-hefty-price-2019-9> (Дата звернення: 11.03.2021).

• **Особливості функціонування ринку страхування життя в Україні до 2021 р.**



• **Напрямки розвитку ринку страхування життя в Україні 2021-2025 р.**

Прогнозування, персоналізація, розширення сегментації та розмежування цінностей



• **Перспективи розвитку ринку страхування життя в Україні 2025 р.+**

Виписувати і запобігати

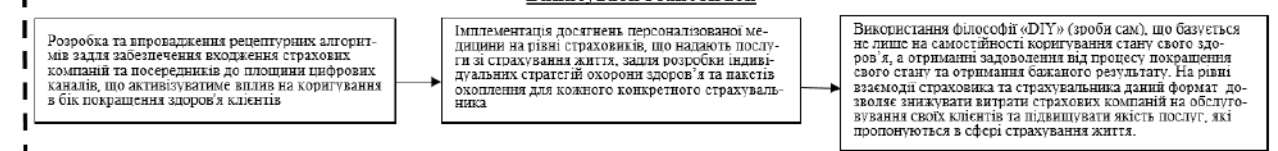


Рис. 3.9. Комплекс взаємопов'язаних заходів з поетапної розбудови ринку страхування життя в Україні при впровадженні інноваційних продуктів і використанні новітніх технологій

Джерело: побудовано авторами.

Використання штучного інтелекту дозволяє застосовувати нові технології для покращення процесів андеррайтингу, ціноутворення та врегулювання претензій, що на рівні автоматизації дає можливості скоротити витрати страховика¹⁵⁶. Посилення використання в обчисленні страхових премій *Big data* розширює інформаційні можливості страховиків щодо виявлення шахрайства та реалізації прогнозованого моделювання. На основі управління даними все це дає можливості ефективно реалізувати цільові страхові послуги.

Телематика та телемедицина у поєднанні дозволяють впроваджувати дистанційно телемедичні послуги, що сприяє зниженню їх вартості, підвищенню якості обслуговування та впровадженню онлайн-обслуговування. Хмарні технології характеризуються мінімальними експлуатаційними витратами у поєднанні з високим рівнем захищеності та безпеки, що сприяє підвищенню ефективності бізнес-процесів. Технології віртуальної реальності передбачають імітацію особливостей конкретного страхового продукту в межах реального часу, що на основі відчуттів людини допомагає зробити остаточний вибір та оцінити переваги інноваційного власне створеного продукту¹⁵⁷.

Проведене дослідження свідчить, що використання розумних контрактів та автоматизованих комунікацій надасть змогу обробляти складні та великі потоки даних, пов'язані з діяльністю та поведінкою фізичних осіб, сприяючи створенню нових інноваційних видів страхових продуктів, що враховуватимуть зміну в основних ризиках та поведінці клієнтів у режимі реального часу. У період глобалізації всесвітня галузь страхування зазнає значних змін в поєднанні з проявами посткоронавірусної цифрової ери. Досвід розвинених ринків страхування та реальні можливості українського ринку заохочують до створення та впровадження інноваційних продуктів і технологій у сфері страхування життя для ефективного функціонування та подальшого розвитку страхового бізнесу.

¹⁵⁶ Yuan Rao (2020), Three challenges to effective data analytics use in insurance. *National Underwriter PropertyCasualty360*. (назва з екрану). URL: <https://www.propertycasualty360.com/2020/01/28/three-challenges-to-effective-data-analytics-use-in-insurance/?slreturn=20210230031412> (Дата звернення: 11.03.2021).

¹⁵⁷ Prudential selects Vitech's V3locity for cloud-based group insurance administration (2020) (назва з екрану). URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/prudential-selects-vitechs-v3locity-for-cloud-based-group-insurance-administration-301125585.html> (Дата звернення: 11.03.2021).