

Ю.О. Філозоп,

студент IV курсу ФЕФ,

спеціальність «Фінанси і кредит»,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»,

Л.С. Мотрунецька,

студентка IV курсу ФЕФ,

спеціальність «Фінанси і кредит»,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»,

науковий керівник: О.О. Гаманкова,

д.е.н., професор, завідувач кафедри страхування,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ОНЛАЙН-СТРАХУВАННЯ ТА ЙОГО РОЗВИТОК В УКРАЇНІ

У сучасному глобалізованому світі слідом за банками, що здійснюють віддалене обслуговування клієнтів за допомогою онлайн-банкінгу, такі послуги починають пропонувати й страхові організації, демонструючи готовність надавати послуги онлайн-страхування.

Онлайн-страхування – це новий інструмент просування страхових послуг і перспективний канал продажів на вітчизняному ринку, яким, проте, вже давно і успішно користуються страхові компанії і посередники за кордоном. За допомогою онлайн-страхування вирішується чимало проблем як страховиків, так і страхувальників.

Найголовніша перевага, яку отримує клієнт, – це зручний і гнучкий спосіб замовлення страхового полісу і економія часу. Адже страхувальник має можливість самостійно обрати умови страхового договору, здійснити

розрахунок вартості страхової послуги, порівняти її з аналогічними пропозиціями від інших компаній, здійснити оплату будь-яким зручним способом (банківською картою, через систему електронних грошей або платіжний термінал, а також готівкою) і отримати поліс з доставкою до «порогу» будинку або офісу. Крім того, немає необхідності прямого спілкування зі співробітниками страхової компанії, які часто провокують страхувальників на необ'єктивний вибір страхового продукту, який більш вигідний самій страховій компанії, ніж її клієнтам.

Для страхових компаній розвиток онлайн-страхування – це крок до зниження витрат, що неминуче призводить до зниження вартості страхових послуг, адже віртуальний офіс – це мінімальні витрати, які зводяться, в основному, – лише до комісійних посереднику, який продає страхові поліси. Скорочуючи обсяг витрат, компанія вивільняє час та ресурси на більш якісний супровід договорів страхування і оперативне врегулювання страхових випадків. На страхових ринках розвинених країн світу близько 85 % операцій страхувальники можуть виконувати без звернення за допомогою до співробітників страхової компанії. Так, на ринку автострахування у Великій Британії приблизно 2/3 договорів укладаються через Інтернет. При використанні веб-сайтів, що можуть запропонувати конкурентну цінову політику та можливість самообслуговування, онлайн-страхування здобуває дедалі більшого поширення. Якщо говорити про найбільший страховий ринок у світі – ринок США, то тут можна навести таку статистику: у 2015 р. за допомогою мережі Інтернет було укладено 12,5 млн. договорів страхування (тобто майже на 0,7 млн. договорів більше, ніж в минулому році). Найбільшу питому вагу у загальній сумі цих договорів займає страхування наземних транспортних засобів (подібно до Великобританії) [1].

За результатами останніх досліджень, щорічний Інтернет-оборот світового страхового ринку становить 800 млн. дол. США, що становить 8-10 % від загального обсягу Інтернет-продажів товарів та послуг. В даний час 7 % доходів страхових компаній припадають на електронну комерцію. За прогнозами аудиторської фірми PricewaterhouseCoopers ця цифра в 2020 р.

досягне 20 %. А частка страховиків, які через Інтернет підтримують зв'язок зі своїми клієнтами та залучають нових, за той же період зростає з 11 до 70 відсотків [2, с. 57].

Поруч з цим можна виділити певні недоліки, які притаманні онлайн-страхуванню. До них відносять: необхідність клієнту самому розбиратися в тонкощах і нюансах роботи з сайтом страховика; значно менша кількість страхових продуктів розміщується на Інтернет – сайтах страхових компаній для продажу; неможливість застрахувати в онлайн-режимі транспорт та нерухомість, що знаходяться в заставі; клієнт не може заздалегідь повністю ознайомитися з усіма умовами договору; встановлюються певні варіанти страхових сум, змінити які клієнт не може. Також варто відмітити той факт, що інтернет технології відкрили нову сторінку для розвитку страхового шахрайства, проте їх використання дозволяє пришвидшити перевірку отриманих від клієнта даних із різних інших джерел та баз даних.

Застосування онлайн-страхування як нетрадиційного каналу збуту, як свідчить закордонний досвід, можливе і доцільне лише для масових страхових продуктів. Воно здійснюється за допомогою страхових супермаркетів – таких сайтів, які допомагають підібрати найбільш вигідну пропозицію щодо страхування конкретного об'єкту. Клієнт надсилає заявку, яка потім розсилається компаніям, які співпрацюють з таким супермаркетом. Після чого клієнт отримує пропозиції від страховиків на електронну пошту і обирає найбільш вигідні умови страхування.

В Україні інтернет-продажі страхових послуг становлять поки що невисоку частку ринку – менше 2 %, тоді як у Великобританії, наприклад, - більш ніж 60 %. [2, с. 61] Така статистика дає право стверджувати про великі перспективи подальшого розвитку онлайн-страхування в нашій країні за умови подолання певних перешкод. Однією з таких перешкод є законодавче врегулювання використання електронного підпису. Це дозволить за допомогою Інтернету уможливити всі етапи укладання страхових договорів.

Список використаної літератури

1. The Statista [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.statista.com/statistics/228672/consumers-who-bought-insurance-online-within-the-last-12-months-usa/>.
2. Тлуста Г., Ерастов В. Зарубіжний досвід функціонування та розвитку інтернет-страхування / Г. Тлуста, В. Ерастов // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2015 р. – № 168 – С. 55-63.

УДК 368.86

Є.Ю. Харченко,
студент IV курсу ФЕФ,
спеціальність «Фінанси і кредит»,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,
науковий керівник: К.В. Третьак,
асистент кафедри страхування,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

ОСОБЛИВОСТІ ОBOB'ЯЗКОВОГО СТРАХУВАННЯ ЦИВІЛЬНО-ПРАВОВОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВЛАСНИКІВ НАЗЕМНИХ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ В УКРАЇНІ

Забезпечення подальшого розвитку національного страхового ринку є фундаментом для сталого економічного зростання. Особливої актуальності набуває розвиток і вдосконалення всіх обов'язкових видів страхування, зокрема і обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів (далі ОСЦПВ).

Однією з найбільших проблем функціонування ОСЦПВ є той факт, що страхувальник не отримує прямої вигоди при укладенні договору страхування, а тому зацікавлений не у виборі надійної страхової компанії, а керується