

СТРАТЕГІЇ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Демченко В. О.,

канд. екон. наук,

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

У даний час більшість країн світу знаходяться в процесі змін та реформації щодо розвитку ефективного функціонування страхового захисту у період розвитку цифрової економіки.

В епоху швидких трансформаційних змін страховий ринок не може працювати за застарілими моделями, а отже повинен змінюватися, інакше є великий ризик залишитися позаду конкурентів, що призведе до можливої стогнації. Тому, рано чи пізно страховим компаніям доведеться прийняти нові правила розвитку і запроваджувати процес цифровізації. Однією із основних проблем, яка стосується страхування в Україні є те, що для більшості населення України страхування є малозрозумілим, яке до того ж не викликає особливої довіри. Реалії страхового ринку України такі, що громадяни у більшості випадків страхуються за необхідністю, якої не можна уникнути враховуючи обов'язковий характер певних видів страхування (в основному при оформленні кредитів або користуванні автомобілем).

Трансформація страхового ринку, передбачає використання цифрових технологій для оптимізації бізнес-процесів, підвищення продуктивності компанії і поліпшення досвіду взаємодії з клієнтами [1]. Найчастіше, метою цифровізації є задоволення потреб споживача, які змінюються разом з розвитком технологій, а саме – створення більш комфортної і оперативної взаємодії клієнта з компанією. Але у неї можуть бути й інші цілі, такі як: розширення асортименту страхових послуг; співвідношення ціни та якості; канали продажу та своєчасна інформація про послуги; залучення нових технологій; рівень обслуговування та технічна підтримка.

Стратегії розвитку компанії припускають якість початкової точки вивчення попиту споживачів, а для цього необхідно: - розширити критерії споживачів, за допомогою формується вибір страхового продукту (ціна, гарантії, фактори, які виявлять ефективність для споживачів даного продукту); - виявити головні фактори, які формують уявлення споживача щодо важливості страхового продукту (імідж, статистика попиту); - спрощення роботи з даними страхових компаній; - економія коштів (при грамотному підході); - висока конкурентоспроможність страховиків; - утримання позитивного іміджу страхових компаній (отримання гарантованих виплат).

Якісна страхова послуга для страхової компанії це: 1) послуга, що гарантує фінансову стійкість компанії; 2) умови страхування, що забезпечить захист майнових інтересів; 3) страховий тариф на рівні, відповідного до ціни застрахованих ризиків; 4) поєднання бачення страхувальника щодо гарантій виплат та реальному фінансовому захисту.

Відповідність даних стратегій можлива за рахунок використання новітніх цифрових технологій, введення інноваційних послуг, якісного планування, узагальнення внутрішньої структури компаній, мотивації для співробітників,

зацікавленості в поширенні послуг [2]. Також варто враховувати фактори підвищення мотивації співробітників, та підвищувати їх кваліфікацію навчальними тренінгами, що успішно реалізують стратегії конкретної організації. Фахівці з навчання в страхових компаніях повинні приділяти особливу увагу навчанню, щодо нових цифрових технологій, які забезпечать регулярну підготовку нових навчальних матеріалів [3]. Це підвищить конкурентоспроможність і економічну ефективність компанії.

Отже, стратегічне управління в умовах цифрової економіки проявляється як постійний процес, що потребує корекції, виходячи з нових технологічних умов та можливостей [4]. Розроблений стратегічний план може бути реалізований тільки при сталому та постійному вдосконаленню системи управління та реалізації. Швидкість опрацювання та оновлення інформації вимагає постійного вдосконалення навичок співробітників та підвищення їх кваліфікації.

Література:

1. Amy Danise (2020), How fast can I get life insurance? Forbes, March. URL: <https://www.forbes.com/advisor/life-insurance/how-fast> (дата звернення: 13.06.2021).
2. Greg Iacurci. Insurers pivot among declining interest rates. *Investment News*. 2019. August 15.
3. Lea Nonninger (2019), Prudential has acquired InsurTech Assurance for \$2.3 billion, BusinessInsider. URL: <https://www.businessinsider.com/prudential-acquires-assurance-for-hefty-price-2019-9> (дата звернення: 13.06.2021).
4. Третяк К.В., Демченко В.О. Впровадження та реалізація інноваційних продуктів зі страхування життя під впливом діджиталізації, *FORUM EFBM 2.0 28 вересня – 1 жовтня 2021. Зміни. Адаптація. Нова економіка Матеріали Міжнародного форуму, Діджиталізація ринку фінансових послуг: нові можливості та подолання бар'єрів Матеріали_СБРМ.pdf*.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Пікус Р. В.,

*канд. екон. наук, професор
КНУ ім. Тараса Шевченка*

В умовах швидкоплинного розвитку суспільства та стрімкого виникнення великої кількості різноманітних технологій, направлених на покращення ефективності ведення бізнесу питання використання новітніх технологій в сфері страхування набуває особливої актуальності. Це насамперед пов'язано зі зростанням рівня конкуренції серед страхових компаній через активне впровадження технологій міжнародними компаніями, які володіють більшим обсягом ресурсів для інноваційного розвитку, а також появою неklasичних страхових сервісів, які пропонують інноваційні страхові продукти на вигідних умовах, а отже, несуть загрозу класичному страховому бізнесу. Таким чином, впровадження інноваційних технологій страховими компаніями не просто