

УДК 368.03:004.7](477)

Т.Д. Кривошилик,
к.е.н., доц., професор кафедри банківської справи та страхування,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
tatiana.dk@ukr.net,
К.С. Лукерина,
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
ОПП «Фінанси»,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
lukerina.karina@gmail.com

ДІДЖИТАЛ-ТЕХНОЛОГІЇ У ТРАНСФОРМАЦІЇ СТРАХОВОГО БІЗНЕСУ

Страховий бізнес України уже тривалий час використовує інформаційні технології. З 2017 р. страхові компанії дають можливість своїм клієнтам спілкуватися з ними в онлайн-режимі. Проте повний перехід на такий віддалений формат ведення бізнесу розпочався для більшості страховиків у 2020 р., через пандемію COVID-19. Нині багато страхових компаній пропонують свої послуги в Інтернеті та на основі мобільних додатків. На разі, клієнтам страховика більше не потрібно спілкуватися із представником компанії або страховим агентом для придбання її послуг. Споживачі-клієнти страховика можуть швидко отримати відповіді на свої питання та пройти процедуру укладення договору страхування, починаючи з визначення страхового тарифу, необхідного страхового покриття, та закінчуючи оформленням полісу.

На страховому ринку України вже використовуються такі діджитал-технології: веб-сайти, соціальні мережі, чат-боти, веб-форуми, відеотелефонія, відеохостинг, хмарні технології, телематика, автоматичні системи перевірки страхових полісів.

Наявність веб-сайту – важлива ланка у процесі комунікації з наявними та потенційними клієнтами. Клієнт може самостійно вивчати послуги страхової

компанії та за допомогою онлайн-калькулятора на веб-сайті визначити для себе оптимальний тариф.

У 2020 р. в Україні налічувалось 232 страхові компанії (з них: 210 страховиків, які займаються видами страхування іншими, ніж страхування життя («non-life»)) та 22 страховика, які здійснюють страхування життя («life»). Структура страховиків, які мають веб-комунікацію з клієнтами така [1]:

- 179 (або 88 % від загального їх обсягу) компаній «non-life»;
- 8 (або 36 %) компаній «life».

Для ефективної комунікації з клієнтами страховикам необхідно мати технічну та інформаційну базу на основі веб-ресурсів.

Зауважимо, що нині актуальною складовою діджиталізації страхового ринку є «Онлайн-магазини» страхових компаній. Вони являють собою електронні ресурси, а саме сайти компаній з певним каталогом страхових послуг, за допомогою яких відбувається прямий продаж цих послуг споживачам, враховуючи доставку. При цьому розміщення інформації про умови страхування, замовлення послуги та укладення договору страхування відбуваються прямо на сайті онлайн-магазину страховика. У такому «онлайн-магазині» продаються тільки стандартизовані страхові послуги, зокрема, зі страхування життя, страхування здоров'я, страхування автотранспортних засобів, страхування цивільної відповідальності власників автотранспортних засобів.

Частка страховиків, що займаються ризиковим страхуванням, що мають онлайн-магазини, становить 19 %, у той час як частка компаній зі страхування життя – всього 3 % (табл. 1).

Вагому частку (23 %) в діджиталізації бізнес-процесів страховиків займає страховий калькулятор, який дає можливість потенційним клієнтам самостійно визначати вартість договору страхування онлайн. 10 % страховиків надають страхувальникам послуги «онлайн-оплати» вартості страхування, 9 % страховиків використовують онлайн-кабінети, у яких клієнти можуть

ознайомитися із діючими договорами страхування та побачити сплачені страхові премії й терміни сплати наступної страхової премії.

Таблиця 1

Елементи діджитал-технологій у страховому секторі України у 2020 р.

Елемент	Страхові компанії, які займаються видами страхування іншими, ніж страхування життя	Страхові компанії, які здійснюють страхування життя
Страховий калькулятор	23	-
Онлайн-магазин	19	3
Онлайн-оплата	10	-
Онлайн-кабінет	9	3
Зв'язок із соціальними мережами, месенджерами та відеоплатформами	29	3

Джерело: складено авторами за даними [2]

Отже, страхові компанії «non-life» є більш діджиталізованими та пропонують більш широкий спектр онлайн-послуг із страхування, що значно спрощує комунікацію з клієнтами та збільшує продажі страхових послуг.

На страховому ринку поступово впроваджується й така технологія як телематика. Телематика – це спеціальний технічний пристрій, який формує інформацію про стиль поведінки водія. Дана інформація згодом, в режимі онлайн, передається страховій компанії й остання може надати персональну пропозицію страхового тарифу, посиляючись на отриману інформацію. Цю технологію вже застосовують такі страхові компанії: «СК «АРКС»» та ПрАТ «АСК «ІНГО Україна». Взагалі, при використанні телематичних технологій, страховий тариф може бути зменшений більш як на 60 % [3].

Отже, діджиталізація проникає в усі фінансово-економічні відносини і сектор страхування не виняток. Проте існує чимало проблем, які перешкоджають процесу діджиталізації страхового бізнесу, серед яких виділимо такі як відсутність бюджетування процесів цифровізації страхових компаній, брак часу та трудових ресурсів, недостатній рівень кваліфікації персоналу, доволі високий рівень шахрайства та кіберзлочинності у

страхуванні, відсутність повного покриття території України якісним Інтернетом, низький рівень довіри до діяльності страховиків та страхової культури.

Однак, незважаючи на вищезазначені чинники, впровадження діджиталізації у цілому позитивно впливає на розвиток страхового бізнесу, адже частка інтернет-продажів у загальному обсягу продаж збільшується, цифровізація розширює автоматизацію бізнес-процесів страховиків, дозволяє знизити витрати на ведення страхової діяльності. Такі фактори об'єктивно впливають на процеси консолідації на страховому ринку, оскільки його залишають страховики, які не витримують конкуренції, а тому в майбутньому, на наш погляд, буде відбуватися подальше зменшення кількості страхових компаній, і хоча будуть залишатися найбільш сильні компанії, залежність страхового ринку від посередників тільки посилиться, і це може сприяти зниженню маржинальності такої діяльності.

Список використаних джерел

1. Результати аналізу звітності страховиків за 2020 рік [Електронний ресурс]. Департамент нагляду за ринком небанківських фінансових послуг Управління нагляду за страховим ринком. 2004. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article.
2. Шубенко І.А. Тенденції діджиталізації на страховому ринку України. *Бізнесіфнорм*. 2020. № 2.С. 273–279.
3. Літошенко А.В. Хмарні обчислення як своєрідний вид аутсорсингу комп'ютерних сервісів та його перевага. *Економіка та держава*. 2017. № 6. С. 86–89. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/6_2017/18.pdf.

УДК 368

І.Л. Любащенко,
Голова постійно діючої комісії
ГО Страховий захист по ринку ОСЦПВВНТЗ,
радник Генерального директора МТСБУ,
директор ТОВ «Українські страхові технології»,
директор ТОВ «Українські страхові інформаційні системи»

DRIVE INNOVATION

Розвиток страхового ринку України на основі інновацій: спрощення, безпека та ефективність. На сьогодні страховий ринок має вкрай низьку частку