

ТЕНДЕНЦІЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

©2020 ШУБЕНКО І. А.

УДК 368:004
JEL: G22; L86

Шубенко І. А. Тенденції діджиталізації на страховому ринку України

Метою статті є дослідження теоретико-практичних засад діджиталізації та виявлення основних її тенденцій на страховому ринку України. Визначено, що діджиталізація – це не лише оцифрування інформації та поширення її через сучасні канали телекомунікації, але і процес впровадження нових телекомунікаційних технологій для поліпшення обслуговування клієнтів страхової організації. Враховуючи практичну діяльність у сфері страхування, виокремлено та проаналізовано основні діджитал-технології: вебсайт, соціальна мережа, чат-бот, вебфорум, відеохостинг, відеотелефонія, хмарні технології, автоматизовані системи перевірки достовірності страхових договорів. Досліджено, що частка страхових компаній, які мають сформовані вебсайти, складає 80% від загальної кількості страховиків, унесених до Державного реєстру фінансових установ в Україні. У статті на основі інформації, розміщеної на офіційних сайтах українських страхових компаній, проведено аналіз використання окремих елементів діджитал-технологій. На цій основі запропоновано визначено шість основних тенденцій діджиталізації українського страхового ринку: діджиталізація як новий напрямок формування страхового ринку лише розпочалася в Україні, але розвивається швидкими темпами; розширення системи діджитал-страхування, в яку входить цілий комплекс нових послуг, котрі пропонуються страховими компаніями своїм потенційним клієнтам та діючим страхувальникам; формування системи мобільного страхування через створення мобільних додатків; запровадження телематики; впровадження автоматизованих систем перевірки договорів страхування та використання хмарних технологій.

Ключові слова: діджиталізація, страховий ринок, діджитал-технології на страховому ринку, страхова послуга, телематика, хмарні технології.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-2-273-279>

Табл.: 3. **Бібл.:** 14.

Шубенко Інна Андріївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту, Житомирський національний агроекологічний університет (Старий бульвар, 7, Житомир, 10008, Україна)

E-mail: INNA75@ukr.net

УДК 368:004
JEL: G22; L86

Шубенко И. А. Тенденции диджитализации на страховом рынке Украины

Целью статьи является исследование теоретико-практических основ диджитализации и выявление основных её тенденций на страховом рынке Украины. Определено, что диджитализация – это не только оцифрование информации и распространение её через современные каналы телекоммуникации, но и процесс внедрения новых телекоммуникационных технологий для улучшения обслуживания клиентов страховой организации. Учитывая практическую деятельность в сфере страхования, выделены основные диджитал-технологии: веб-сайт, социальная сеть, чат-бот, веб-форум, видеохостинг, видеотелефония, облачные технологии, автоматизированные системы проверки подлинности страховых договоров. Исследовано, что доля страховых компаний, которые сформировали веб-сайты, составляет 80% от общего количества страховщиков, внесенных в Государственный реестр финансовых учреждений в Украине. В статье на основе информации, размещенной на официальных сайтах украинских страховых компаний, произведен анализ использования отдельных элементов диджитал-технологий. На этой основе определены шесть основных тенденций диджитализации украинского страхового рынка: диджитализация как новое направление формирования страхового рынка только началась в Украине, но развивается быстрыми темпами; расширение системы диджитал-страхования, в которую входит целый комплекс услуг, которые предлагаются страховыми компаниями своим потенциальным клиентам и действующим страхователям; формирование системы мобильного страхования через создание мобильных приложений; введение телематики; внедрение автоматизированных систем проверки договоров страхования и использование облачных технологий.

Ключевые слова: диджитализация, страховой рынок, диджитал-технологии на страховом рынке, страховая услуга, телематика, облачные технологии.

Табл.: 3. **Библ.:** 14.

Шубенко Инна Андреевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и кредита, Житомирский национальный агроэкологический университет (Старый бульвар, 7, Житомир, 10008, Украина)

E-mail: INNA75@ukr.net

UDC 368:004
JEL: G22; L86

Shubenko I. A. Trends of Digitization in the Insurance Market of Ukraine

The article is aimed at studying the theoretical-practical bases of digitalization and identifying its main trends in the insurance market of Ukraine. It is defined that digitalization is not only the digitization of information and its distribution through modern telecommunications channels, but also the process of introducing new telecommunication technologies to the insurance organization to improve customer service. Taking into account practical activities in the insurance sphere, the main digital technologies are allocated: website, social network, chatbot, web forum, video hosting, video telephony, cloud technologies, automated systems for verification of insurance contracts. It is researched that the share of insurance companies that have formed websites is 80% of the total number of insurers listed in the State Register of Financial Institutions in Ukraine. The article, based on information posted on the official websites of Ukrainian insurance companies, analyzed the use of certain elements of digital technologies. On this basis, six main trends of digitalization of the Ukrainian insurance market are defined: digitalization as a new direction of the formation of the insurance market has just begun in Ukraine, but is developing rapidly; expansion of the digital insurance system, which includes a whole range of services offered by insurance companies to their potential customers and existing insurers; formation of a mobile insurance system through the creation of mobile apps; introduction of telematics; introduction of automated systems for insurance contract verification and the use of cloud technologies.

Keywords: digitalization, insurance market, digital technologies in the insurance market, insurance service, telematics, cloud technologies.

Tabl.: 3. **Bibl.:** 14.

Shubenko Inna A. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance and Credit, Zhytomyr National Agroecological University (7 Staryi Blvd., Zhytomyr, 10008, Ukraine)

E-mail: INNA75@ukr.net

Діджиталізація поступово впроваджується на страховому ринку. З кожним роком зростає кількість страхових продуктів, що продаються онлайн, розвиваються сервіси віддаленого врегулювання збитків, впроваджуються мобільні додатки. Нині окремі вітчизняні страховики пропонують до семи страхових продуктів, які можна придбати або замовити онлайн, це традиційно досить класичні продукти, що не потребують додаткового андеррайтингу з боку страхових компаній. Страхові компанії одними з перших на фінансовому ринку одержали право укладати електронні страхові договори у сфері обов'язкового страхування автоцивільної відповідальності власників транспортних засобів. Рівень діджиталізації страхової компанії частково можна відслідкувати і за інформаційним наповненням її офіційного вебсайту. Діджиталізація допомагає швидко та в доступній формі одержати інформацію про будь-яку фінансову установу, тому одним із позитивних моментів її впровадження стає формування відкритого в інформаційному сенсі страхового ринку.

Нині вчені, на вимогу часу, працюють над питаннями діджиталізації в різних сферах, досить активно здійснюються наукові дослідження саме у фінансовому секторі. Українські науковці В. Онищенко та А. Черв'як підкреслюють, що на ринку фінансових послуг діджиталізація була впроваджена однією з перших [7, с. 10]. Вітчизняні та зарубіжні науковці Ю. Клапків, О. Грибіненко, Р. Пікус, В. Заколядажний, Д. Третяк, Я. Поруба, М. Дем'янчук, К. Гуржий, А. Літошенко, Т. Моташко, Б. Ніколетті, М. Елінг, М. Леманн вивчають суть нових термінів «діджиталізація», «оцифрування», «діджитал-технології», «віртуалізація» та як ці процеси впливають на формування страхового ринку [4–6; 8; 10; 13; 14]. О. Боннерт, А. Фріцше, Ш. Грегор наголошують на тому, що сучасні діджитал-технології збільшать динаміку основних показників страхового ринку завдяки прозорості, більш низьким операційним витратам і ширшій онлан-аудиторії [12, р. 4].

Незважаючи на те, що питання діджиталізації активно обговорюються в наукових колах, особливо за кордоном, не достатньо вивченим в Україні залишаються питання щодо діджитал-технологій, які використовуються вітчизняними страховиками та тенденцій, які вони формують на страховому ринку загалом.

Метою статті є дослідження теоретико-практичних засад діджиталізації та виявлення її основних тенденцій на страховому ринку України. Завданнями статті є аналіз офіційних сайтів українських страхових компаній, виокремлення елементів діджитал-технологій та вивчення їхнього впровадження в діяльність страхових компаній. Дослідження ґрунтується на системному підході, що дало змогу виокремити загальні тенденції діджиталізації на страховому ринку. Абстрактно-логічний метод використовувався для теоретичних узагальнень, визначення основних по-

нять і категорій, формування висновків. Методи аналізу та синтезу використовувалися для визначення структури окремих елементів діджитал-технологій у діяльності страховиків. Порівняльний аналіз надав змогу дослідити та порівняти офіційні вебсайти вітчизняних страхових компаній.

У сфері страхування існує поки що єдиний підхід до поняття діджиталізації. Зазвичай, під цим поняттям українські вчені розуміють використання цифрових технологій (оцифрування) у внутрішніх та зовнішніх процесах страхової компанії [2, с. 274]. Дані автори розглядають діджиталізацію як загальний процес і конкретизують його в діяльності окремої страхової компанії. Інші науковці виділяють діджитал-страхування як новий напрямок у страхуванні, що передбачає використання нових технологій у страховій діяльності [6, с. 19].

Під діджиталізацією в даній статті будемо розуміти не лише процес оцифрування інформації та поширення її через сучасні канали телекомунікації, але і процес впровадження нових телекомунікаційних технологій для поліпшення обслуговування клієнтів страхової організації. Адже кінцевою метою діджиталізації є саме покращення у сфері обслуговування певної категорії споживачів тих чи інших послуг.

На страховому ринку використовуються такі сучасні діджитал-технології, що наведені в *табл. 1*.

При виконанні даного дослідження використовувалася інформація, розміщена на офіційних сайтах страхових компаній в Україні станом на 15 січня 2020 р.

Одним із перших аспектів діджиталізації на страховому ринку України стало створення та інформаційне наповнення офіційних вебсайтів страхових компаній. Визначимо частку страхових компаній на вітчизняному страховому ринку, які мають офіційні вебсайти. Для дослідження було використано перелік страхових компаній із витягу Державного реєстру фінансових установ станом на 15 січня 2020 р., до якого ввійшло 232 страхові компанії, з них 22 компанії – зі страхування життя (*табл. 2*).

У пошукових системах, наприклад Google та інших, досить легко знайти офіційний вебсайт діючої страхової компанії. Проаналізувавши офіційні сайти страхових компаній, можна підкреслити, що 20% зареєстрованих страхових компаній в Україні їх не мають. Причому частка компаній зі страхування життя, які не мають офіційних веб-сайтів, є значно вищою та становить 64% від зареєстрованих «life» страхових компаній.

Причини нестворення, або нефункціонування офіційних вебсайтів страхових компаній можна визначити, проаналізувавши, наприклад, місце реєстрації страхових компаній або період, коли вони були зареєстровані. Наприклад, із 45 страхових компаній, які не мають офіційних веб-сайтів, сім зареєстровані

Сучасні діджитал-технології страхового ринку

Технологія	Механізм використання та застосування на страховому ринку
Вебсайт	Сукупність вебсторінок, що є доступною в мережі Інтернет, які об'єднані за змістом і навігацією під єдиним доменним ім'ям. На сайтах розміщуються окремі елементи діджитал-технології: страховий калькулятор, оплата «онлайн», магазин страхових послуг, посилання на мобільні додатки
Соціальна мережа	Інтернет-програма, яка допомагає окремим особам спілкуватися та встановлювати зв'язки між собою, використовуючи набір інструментів
Чат-бот	Комп'ютерна програма, яка розроблена на основі нейромереж і веде розмову за допомогою слухових або текстових методів
Вебфорум	Додаток для організації спілкування відвідувачів вебсайту; термін відповідає змісту вихідного поняття «форум»; форум пропонує набір розділів для обговорення; робота форуму полягає у створенні користувачами тем у розділах і подальшому обговоренні всередині цих тем; окремо взята тема, по суті, є тематичною гостьовою книгою
Відеотелефонія	Технологія, що надає можливість прийому та передачі аудіо- та відеосигналів користувачам у різних місцях для спілкування між ними в режимі реального часу
Відеохостинг	Сервіс, що надає послуги з розміщення відеоматеріалів на певну тематику
Хмарні технології	Послуги, що включають надання дискового простору для розміщення інформації на сервері та надає можливість зберігати свої дані, ділитися з ними в разі потреби та спільно редагувати й обробляти інформацію
Телематика	Технічний пристрій, основним завданням якого є формування інформації про стиль поведінки водія за кермом. Ця інформація в онлайн-режимі передається страховій компанії, результатом цього може бути пропозиція індивідуального страхового тарифу
Автоматизовані системи перевірки достовірності страхових полісів	Комп'ютерні програми з широкою базою даних, які надають змогу перевірити достовірність страхового договору та термін його дії

Джерело: складено з використанням [14, р. 364–365].

Таблиця 2

Частка страхових компаній, які мають офіційні сайти в Україні станом на 15 січня 2020 р.

Показник	Кількість страхових компаній	Кількість страхових компаній, які мають офіційні вебсайти	Частка страхових компаній, які мають офіційні вебсайти, %	Частка страхових компаній, які не мають офіційних вебсайтів, %
Загальна кількість страхових компаній	232	187	80	20
Страхові компанії «non life»	210	179	85	15
Страхові компанії «life»	22	8	36	64

Джерело: власні дослідження.

в східному регіоні України – це міста Маріуполь, Макіївка, Донецьк, Луганськ; три – в тимчасово окупованій АР Крим. Решта страхових компаній зареєстрована на території, яка вільна від будь-яких воєнних дій. Сім страхових компаній зареєстровані упродовж 2018–2019 рр., тобто розпочали свою діяльність досить недавно. Решта страхових компаній зареєстровані переважно у м. Києві, найчастіше у 2004 р. Із цих компаній кілька мають ознаки фіктивності, про що повідомляється Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку на офіційному сайті та знаходяться у стадії припинення своєї діяльності.

Можна прогнозувати, що компанії, які не здійснюють свою діяльність у повному обсязі, не створили офіційний вебсайт або мають ознаки фіктивності через певний період перестануть існувати. Прогнозуємо, що страховий ринок упродовж наступних років втратить близько 20 страховиків. Тобто відсутність офіційного сайту страхової компанії свідчить про те, що створення такого страховика здійснювалося з метою, далекою від страхової діяльності, або страхова компанія знаходиться у стадії припинення діяльності. Наприклад, ПАТ «Компанія зі страхування життя «Брокбізнес» на офіційному вебсайті

розмістила рішення наглядової ради про добровільне анулювання ліцензії на страхування життя з проханням до своїх клієнтів надати письмову заяву про припинення відповідного договору страхування та одержання викупної суми. Таке оголошення на офіційному вебсайті страхової компанії є прикладом цивілізованого завершення діяльності на страховому ринку.

Крім того, при вивченні вебсайтів страхових компаній України виявлено таку тенденцію: якщо страхова група має у своєму складі страхову компанію з ризикового страхування та страхову компанію зі страхування життя, то іноді вони мають об'єднаний сайт, який містить інформацію як зі страхування життя, так і з ризикового страхування. Наприклад, на страховому ринку України такі об'єднані сайти мають: ПрАТ «ГРАВЕ Україна» та ПрАТ «ГРАВЕ Україна Страхування життя»; ПрАТ «УНІКА» та ПрАТ «Страхова компанія «УНІКА ЖИТТЯ»»; ПрАТ «Страхова компанія «ПЗУ Україна» та ПрАТ «Страхова компанія «ПЗУ Україна страхування життя»; АТ «Страхова компанія «МЕГА ГАРАНТ» і ПАТ «Страхова компанія «МЕГА-ГАРАНТ-ЖИТТЯ»»; ПрАТ «Інго Україна» та ПрАТ «Акціонерна страхова компанія «Інго Україна життя».

Інформаційне наповнення офіційного вебсайту страховика відіграє важливу роль у формуванні уявлення про страхові послуги, які він надає. Найчастіше діюча українська страхова компанія має такі сторінки на офіційному вебсайті: «Головна сторінка», де швидко можна зорієнтуватися, якою є специфіка діяльності даного страховика, якими видами страхування він оперує; «Про компанію» – у даному розділі розміщується інформація про ліцензії страхової компанії, історія страховика, до яких об'єднань він входить, які рейтинги йому присуджено та яким рейтинговим агентством. Таким чином, страхова компанія презентує свою діяльність. Досить часто в цьому розділі розміщено інформацію щодо керівників, наглядової ради страховика, звітності страхової компанії за останні роки, представництва та філій страхової компанії.

Правила страхування містять вичерпну інформацію про страхову послугу, яку хоче одержати потенційний клієнт. Із сайтів страхових компаній, які досліджувалися, лише 12% компаній розмістили правила страхування. Звичайно, не всі пересічні громадяни, які укладають страхові договори, можуть проаналізувати та зрозуміти правила страхування, але при укладанні договору страхування варто і необхідно ознайомитися із ними. Розкриття такої інформації надає змогу зрозуміти, наскільки відкритою є дана страхова організація.

У табл. 3 показано елементи діджитал-технологій, які використовуються страховою компанією на офіційних вебсайтах.

Як видно із даних табл. 3, частка страхових компаній, які створили страхові калькулятори на офіційних веб-сайтах, складає 23%, усі ці компанії – з ризикового страхування. Страховий калькулятор необхідний для того, щоб потенційний клієнт мав змогу визначити вартість страхового договору онлайн.

Одним із важливих елементів діджиталізації стало те, що страхові компанії на вимогу часу активно розпочали створювати онлайн-магазини. У них можна придбати не лише внутрішній та міжнародний електронний поліс страхування автоцивільної відповідальності, але і оформити замовлення онлайн на страхування майна, туристів, каско, здоров'я, від нещасних випадків.

Онлайн-магазини утворили 19% страховиків у сфері ризикового страхування, 3% в цих магазинах належать компаніям зі страхування життя. Причому останні – це компанії, які переважно входять у страхову групу та мають об'єднані сайти. На сайтах таких компаній є онлайн-кабінет та онлайн-магазин, але купити договір страхування життя онлайн неможливо, нині таку послугу в Україні не пропонує жоден страховик.

Опція «онлайн-оплата», яку пропонують страхові компанії, ґрунтується на співпраці з банківськими установами й активно впроваджується на страховому ринку. Частка страховиків, які пропонують таку

Таблиця 3

Частка страхових компаній, які використовують елементи діджитал-технології на офіційних вебсайтах, %

Елементи діджитал-технології	Страхові компанії «non-life»	Страхові компанії «life»
Страховий калькулятор	23	–
Онлайн-магазин, у т. ч.:	19	3
з одним страховим продуктом	6	–
з двома і більше страховими продуктами	13	–
Онлайн-оплата	10	–
Онлайн-кабінет	9	3
Зв'язок із соціальними мережами, месенджерами та відеоплатформами	29	3

Джерело: власні дослідження.

послугу, є досить невисокою і складає всього 10% від загальної кількості страховиків, які мають офіційні сайти, але ця діджитал-технологія активно впроваджується в діяльність страхових компаній.

Станом на 31 жовтня 2019 р. продаж електронних полісів ОСЦПВ становила 1,03 млн договорів, лідерами продажів таких полісів стали: ПрАТ страхова компанія «ПЗУ Україна», ПрАТ «Страхова компанія «ВУСО», ПрАТ «Княжа вієнна іншуранс груп», ПрАТ «Українська пожежна страхова компанія», ПрАТ «Страхова компанія «Уніка» [1].

На окремих сайтах створено онлайн-кабінети для клієнтів страхової організації, де клієнт, переважно, може ознайомитися із переліком діючих страхових договорів, побачити сплачену страхову премію та коли слід сплатити чергову страхову премію. Частка таких страховиків є досить невисокою і складає всього 9%.

Нині у світі все більше інтернет-користувачів використовує соціальні мережі, не є виключенням і Україна. За 2019 р. кількість користувачів Facebook в Україні зросла на 67% – з 6,6 до 11 млн осіб, про що повідомляє онлайн-видання Watcher з посиланням на дані внутрішньої статистики [3]. Соціальні мережі є однією із найкращих рекламних платформ, що можуть бути задіяні в рекламі страхових продуктів, де розміщуються новини страховика, акційні пропозиції тощо. Як наслідок, третина страхових компаній уже сьогодні надає посилання на зв'язок із соціальними мережами, месенджерами та відеоплатформами. Із них 29% – це компанії з ризикового страхування та 3% страховиків, які надають послуги зі страхування життя.

Страхові компанії в Україні поступово починають впроваджувати і хмарні технології. Ця технологія надає користувачам мережі Інтернет, у т. ч. і страховикам, доступ до комп'ютерних ресурсів сервера та використання програмного забезпечення як онлайн-сервісу. Тобто якщо є підключення до Інтернету, то можна виконувати складні обчислення, опрацьовувати дані, використовуючи потужності віддаленого сервера. Використання хмарних технологій сприяє захисту та збереженню баз даних страхових компаній. Послуги з хмарних технологій надають ІТ-компанії переважно на платній основі. Так, ПрАТ «Страхова компанія «УНІКА» здійснює свою діяльність у хмарному середовищі De Novo [11].

У світі загалом і в Україні зокрема надзвичайно швидкими темпами використовуються мобільні пристрої, що є однією зі складових діджиталізації. Це приводить і до розробки та впровадження мобільних додатків страхових організацій. За кордоном, під час обслуговування страхового полісу, клієнт має можливість через мобільний додаток: розрахувати вартість страхового договору; повідомити про страховий випадок; викликати допомогу в разі потреби; з'єднатися із колцентром страхової компанії; надати інформацію

щодо збитків, передати відео, фото з місця настання страхового випадку; через мобільний додаток можна відслідковувати інформацію в реальному часі про прийняття рішення про страхову виплату [4].

Досліджуючи вебсайти страховиків, варто зауважити, що на офіційних вебсайтах є посилання на мобільні додатки. Їх мають нині такі страховики: ПрАТ «Страхова компанія «УНІКА», ПрАТ «Княжа вієнна іншуранс груп», ПрАТ «Інго Україна», ПрАТ «Українська акціонерна страхова компанія «Аска», ТОВ «Страхова компанія «Грінвуд лайф іншуранс» та інші. Існуючі додатки страхових компаній допомагають клієнтам розрахувати вартість страхового договору, здійснити онлайн-оплату страхової премії, записатися до лікаря, завантажити особисті документи для страхової виплати.

Варто наголосити на тому, що мобільні додатки створюються та впроваджуються у страхову справу досить активно, і, за думкою українських учених, завдяки мобільним додаткам збільшується мобільність страхових компаній і прискорюються їх бізнес-процеси [8, с. 78]. Крім того, мобільний додаток може надати страховій організації велику базу даних для маркетингових досліджень. Водночас науковці, які вивчали зарубіжний досвід застосування мобільних додатків, наголошують, що вітчизняні страховики ще не використовують усіх існуючих їх технічних можливостей, а тому є значні перспективи щодо їх розробки та застосування у практичній діяльності [4, с. 45].

Наступною діджитал-технологією, яка поступово впроваджується на українському страховому ринку, є телематика. Телематика у страхуванні – це процес уточнення вартості страхового поліса для окремого страхувальника, що відбувається за допомогою технічних пристроїв. Це спеціальна система моніторингу, основним завданням якої є моніторинг поведінки страхувальника [10, с. 33]. Наприклад, каско-страхування є досить дорогою страховою послугою для споживача. Останній бажає зменшити вартість страхового договору, страхова організація за допомогою встановлення безкоштовного телематичного пристрою має змогу вивчити стиль поведінки водія за певний період. Такий пристрій передає одержану інформацію у хмарне сховище, аналізується та згодом відображається в мобільному додатку. Ці технології постійно вдосконалюються, і сьогодні навіть не обов'язково встановлювати телематичний пристрій, можна лише завантажити додаток у смартфон.

На вітчизняному ринку страхування подібні послуги вже надають такі страхові компанії: ПрАТ «Страхова компанія «АРКС» страхування», ПрАТ «Українська акціонерна страхова компанія «АСКА», ПрАТ «Акціонерна страхова компанія «ІНГО Україна». За даними вітчизняних страхових компаній, страховий тариф з використанням телематичного пристрою може бути знижений на 60% [9].

Важливим напрямком діджиталізації стало запровадження й автоматизованих сервісів перевірки чинності страхових полісів міжнародного страхування «Зелена картка». Такі системи встановлюються в пунктах перетину кордону України.

ВИСНОВКИ

Діджиталізація є новим напрямком формування страхового ринку, що передбачає цілу низку технологій у поєднанні із телекомунікаційними системами, сприяє покращенню обслуговування як потенційних клієнтів страхових організацій, так і діючих страхувальників. Факторами, що сприяють розвитку діджиталізації на страховому ринку, є формування фактично нового цифрового суспільства, яке ґрунтується на використанні різноманітних діджитал-технологій. На українському страховому ринку в нинішньому форматі можна виокремити такі основні тенденції діджиталізації:

1. Даний процес лише розпочав упроваджуватися на страховому ринку, поява нових технологій у діяльності страхової організації говорить про наміри страховика щодо ефективного розвитку свого бізнесу. Діджиталізація значно активніше впроваджується у сфері «non-life» страхування, і це є закономірним процесом, адже український страховий ринок зосереджений саме в цій сфері.

2. Розширюється система діджитал-страхування, в яку входить цілий комплекс технологій, що пропонують страховики своїм потенційним клієнтам: страховий калькулятор, онлайн-оплата за укладений договір страхування, замовлення та придбання страхового договору онлайн, консультація онлайн, консультація у відеорежимі та інші. Перші паростки діджитал-страхування з'явилися близько 15 років тому, коли вперше в Україні окремими банками були запропоновані послуги страхування онлайн. Наразі взаємодія банків і страхових компаній у системі Інтернет-страхування лише поглиблюється та вдосконалюється.

3. Формування системи мобільного страхування через створення мобільних додатків. Дана тенденція лише розпочала формуватися кілька років тому і прогнозується, що буде поглиблюватися співпраця страхових компаній та ІТ-установ, які розроблятимуть мобільні додатки як для фахівців страхових компаній за різноманітними напрямками, так і для споживачів страхових послуг. Причому формування системи мобільного страхування сприятиме зменшенню витрат страховика на діяльність страхових агентів, а отже, результатом цього стане вивільнення працівників страхових компаній.

4. Запровадження телематики у сфері страхового бізнесу. Телематика у страховому бізнесі сприяє визначенню оптимально-ефективної страхової премії. Така взаємодія є вигідною як для клієнта страхової компанії, так і для страховика: перший одержує зменшення вартості страхового договору, а другий

може зменшити ймовірність настання страхового випадку.

5. Використання хмарних технологій у сфері страхового бізнесу сприяє збереженню баз даних страхової організації навіть за умов «рейдерських атак» та вилучення серверів страховика. Хмарні технології в поєднанні із телематикою сприяють накопиченню інформації та формуванню баз даних по клієнтах страхової компанії.

6. Запровадження автоматизованих систем перевірки договорів страхування сприяє уникненню шахрайських дій і покращенню системи обслуговування клієнтів страхових компаній.

Звичайно, кожен новий день буде приносити нові діджитал-технології. Вже недалеко той час, коли з'являться не лише віртуальні банки, але і віртуальні страхові компанії. Останні будуть розширювати коло операцій, які можна зробити через мобільні додатки. Крім позитивних аспектів, діджиталізація несе і нові загрози, адже оцифрування сприяє відкритості страхового ринку, що потребує формування системи захисту від кібер-ризиків. Тому подальші дослідження будуть стосуватися вивчення саме ризиків у сфері діджитал-страхування. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. В Україні укладено понад 1 мільйон електронних договорів ОСЦПВ // Новини МТСБУ. 18.11.2019. URL: <http://www.mtsbu.ua/ua/presscenter/news/155259/>
2. Дем'янчук М. А., Гуржий К. С. Трансформація страхового ринку в умовах розвитку цифрових технологій. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 25. С. 272–278. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Demyanchuk-M.-A..pdf>
3. Кількість українських користувачів Facebook // The Village. 24.01.2018. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/business/news/267653-killist-ukrayinskih-koristuvachiv-facebook>
4. Клапків Ю. М. Мобільні додатки в онлайн дистрибуції страхових послуг. *Наукові праці [Чорноморського національного університету ім. Петра Могили]*. 2018. Т. 312. Вип. 300. С. 42–47. URL: http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/31242/1/КлапківЮ_МОБІЛЬНІ%20ДОДАТКИ%20В%20ОНЛАЙН%20ДИСТРИБУЦІЇ.pdf
5. 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
6. Моташко Т. Розвиток світового ринку страхування в умовах діджиталізації. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2016. № 5. С. 18–24. DOI: <http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2016/182-5/3>
7. Онищенко В. О., Черв'як А. В. Вплив діджиталізації на рівень розвитку економіки // Розвиток фінансового ринку в Україні: загрози, проблеми та перспективи : матеріали Міжнародної науково-практичної

- конференції (м. Полтава, 15 жовтня 2019 р.). Полтава : ПолтНТУ, 2019. С. 10–12.
8. Пікус Р., Заколюдяжний В. Інноваційний розвиток страхової діяльності як основа підвищення її ефективності. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2015. Вип. 3. С. 72–80.
DOI: [dx.doi.org/ 10.17721/1728-2667.2015/168-3/11](https://doi.org/10.17721/1728-2667.2015/168-3/11)
 9. Розумна страховка для авто – як заплатити менше. URL: <https://mind.ua/publications/20198862-rozumna-strahovka-dlya-avto-yak-zaplatiti-menshe>
 10. Третяк Д. Д., Поруба Я. С. Інноваційні технології в автотранспортному страхуванні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 1. С. 30–36.
DOI: [10.32702/2306-6814.2019.1.30](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.1.30)
 11. УНИКА перевела ІТ-процеси на облачні технології. URL: <https://www.de-novo.biz/ru/blog/unika-perevela-it-procesi-na-hmarni-tehnologiyi-40>
 12. Bohnert A., Fritzsche A., Gregor Sh. Digital agendas in the insurance industry: the importance of comprehensive approaches. *The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice*. 2019. Vol. 44. Issue 1. P. 1–19.
DOI: <https://doi.org/10.1057/s41288-018-0109-0>
 13. Nicoletti B. Digital Insurance: Business Innovation in the Post-Crisis Era. Palgrave Macmillan, 2016. 357 p.
 14. Eling M., Lehmann M. The Impact of Digitalization on the Insurance Value Chain and the Insurability of Risks. *The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice*. 2018. Vol. 43. Issue 3. P. 359–396.
DOI: [10.1057/s41288-017-0073-0](https://doi.org/10.1057/s41288-017-0073-0)

REFERENCES

- Bohnert, A., Fritzsche, A., and Gregor, Sh. "Digital agendas in the insurance industry: the importance of comprehensive approaches". *The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice*, vol. 44, no. 1 (2019): 1-19.
DOI: <https://doi.org/10.1057/s41288-018-0109-0>
- Demianchuk, M. A., and Hurzhyi, K. S. "Transformatsiia strakhovoho rynku v umovakh rozvytku tsyfrovyykh tekhnolohii" [Transformation of the Insurance Market in the Conditions of Development of Digital Technologies]. *Infrastruktura rynku*. 2018. <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Demyanchuk-M.-A..pdf>
- Eling, M., and Lehmann, M. "The Impact of Digitalization on the Insurance Value Chain and the Insurability of Risks". *The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice*, vol. 43, no. 3 (2018): 359-396.
DOI: [10.1057/s41288-017-0073-0](https://doi.org/10.1057/s41288-017-0073-0)
- "Killist ukrainskykh korystuvachiv Facebook" [Number of Ukrainian Facebook Users]. *The Village*. 24.01.2018. <https://www.the-village.com.ua/village/business/news/267653-killist-ukrayinskih-koristuvachiv-facebook>
- Klapkiv, Yu. M. "Mobilni dodatky v onlain dystrybutsii strakhovykh posluh" [Mobile Applications in Online Distribution of Insurance Services]. *Naukovi pratsi [Chornomorskoho natsionalnoho universytetu im. Petra Mohyly]*. 2018. http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/31242/1/КлапківЮ_МОБІЛЬНІ%20ДОДАТКИ%20В%20ОНЛАЙН%20ДИСТРИБУЦІЇ.pdf
- Litoshenko, A. V. "Khmarni obchyslennia yak svoieridnyi vyd outsorsynhu kompiuternykh servisiv ta yoho perevaha" [Cloud Computing as Peculiar Kind of Outsourcing of Computer Services and its Benefits]. *Ekonomika ta derzhava*. 2017. http://www.economy.in.ua/pdf/6_2017/18.pdf
- Motashko, T. "Rozvytok svitovoho rynku strakhuvannia v umovakh didzhitalizatsii" [World Insurance Market Development under Digitalization]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Seriya «Ekonomika»*, no. 5 (2016): 18-24.
DOI: [http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2016/182-5/3](https://doi.org/10.17721/1728-2667.2016/182-5/3)
- Nicoletti, B. *Digital Insurance: Business Innovation in the Post-Crisis Era*. Palgrave Macmillan, 2016.
- Onyshchenko, V. O., and Cherviak, A. V. "Vplyv didzhitalizatsii na riven rozvytku ekonomiky" [The Impact of Digitization on the Level of Economic Development]. *Rozvytok finansovoho rynku v Ukraini: zahrozy, problema ta perspektyvy*. Poltava: PoltNTU, 2019. 10-12.
- Pikus, R., and Zakolodiaznyi, V. "Innovatsiinyi rozvytok strakhovoi diialnosti yak osnova pidvyshchennia yii efektyvnosti" [Innovative Development of Insurance Activity as Basis for Increasing its Efficiency]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Seriya «Ekonomika»*, no. 3 (2015): 72-80.
DOI: [dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2015/168-3/11](https://doi.org/10.17721/1728-2667.2015/168-3/11)
- "Rozumna strakhovka dlia avto – yak zaplatyty menshe" [Reasonable car Insurance – how to pay Less]. <https://mind.ua/publications/20198862-rozumna-strahovka-dlya-avto-yak-zaplatiti-menshe>
- Tretiak, D. D., and Poruba, Ya. S. "Innovatsiinyi tekhnolohii v avtotransportnomu strakhuvanni" [Innovation in Motor Transport Insurance]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 1 (2019): 30-36.
DOI: [10.32702/2306-6814.2019.1.30](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.1.30)
- "UNIKA perevela IT-protsessy na oblachnyye tekhnologii" [UNICA Has Transferred IT Processes to the Cloud]. <https://www.de-novo.biz/ru/blog/unika-perevela-it-procesi-na-hmarni-tehnologiyi-40>
- "V Ukraini ukladeno ponad 1 milion elektronnykh dohovoriv OSTsPV" [In Ukraine, More Than 1 Million Electronic Contracts of OSSCV Have Been Concluded]. *Novyny MTSBU*. 18.11.2019. <http://www.mtsbu.ua/ua/press-center/news/155259/>