

РОЗВИТОК ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

САМОШКІНА І.Д., к.е.н., доцент Сумський національний аграрний університет

Стаття присвячена актуальним питанням функціонування та розвитку страхового ринку України, який потребує кардинальних змін. Доведено, що сучасні економічні реалії, включаючи інноваційність цифрової економіки, формують нові потреби страховиків та надають страховим компаніям можливість розвиватися за рахунок конкуренції.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіка України, її страховий ринок переживає новий етап трансформації, за рахунок розвитку нових технологій та структурних змін в економіці, реформування правового поля діяльності його учасників протягом усього періоду незалежності України. Страхові компанії України за оцінками аналітиків, у свою чергу, мають малий технологічний потенціал та характеризуються слабкістю корпоративного управління та консерватизмом, коли йдеться про будь-яку інновацію. Саме це гальмує їх економічний розвиток та зменшує їх вклад у конкурентоспроможність народного господарства. Консервативне страхування, як і сьогоднішні реалії ринку викликають безліч запитань і негативних вражень про те, як скрутно в технологічну епоху користуватися деякими страховими послугами і, в принципі, мати справу зі страховиками.

Водночас Україна займає не останнє місце за рівнем технологій та інновацій у світовому рейтингу. Вітчизняна ІТ-індустрія є однією з найкращих у світі, а український страховий ринок тільки починає відкрити цей новий термін «діджиталізація».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вплив інноваційно-цифрових технологій на структурну перебудову економіки досліджували науковці: Варга В. П. [1], Дибя М. І., Гернего Ю. О. [2], Дубина М., Козлянченко О. [3], Семилітко Д. [5], Тульчинська С. О., Соло січ О. С., Чорній В. В. [6]. Питанням вітчизняного страхування, зокрема діджиталізації, присвячені наукові роботи: Лазоренко Т., Шолома І. [4], Устенко М., Руських А. [7], Грибінченко О. М. [8], Соколова Н. В. [9] та інших. Світовий ринок страхування досліджували: О. Андраде, А. Рівєро та інші.

Методологічним основним дослідження стали загальні і спеціальні методи пізнання. Використовуючи методи теоретичного узагальнення, аналіз і порівняння досліджено вплив основних переваг інформаційних технологій на стан функціонування страхового ринку. З метою визначення перспектив розширення страхового ринку в умовах діджиталізації використано методи порівняння і прогнозування.

Практичне значення результатів полягає у формуванні теоретичних висновків та практичних напрямків трансформації бізнес-процесів суб'єктів реалізації страхових продуктів та розвитку діджиталізації процесу.

Виділення раніше не вирішених частин загальної проблеми. Нами використано комплексний підхід до роботи з поглиблення теоретичних основ та обґрунтування практичних рекомендації щодо розвитку діджиталізації

страхового ринку України.

Формування цілей статті. Метою статті є проаналізувати необхідність та повноту про- ведення роботи є поглиблення теоретичних основ та обґрунтування практичних рекомендації щодо розвитку діджиталізації страхового ринку України. Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти діджиталізації страхового ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виконання найважливішого завдання цифрової трансформації страхового ринку підтверджується задоволенням потреб теперішніх і потенційних клієнтів, підвищенням ефективності та зменшенням витрат страхових компаній. Через використання штучного інтелекту можливо надання підтримки клієнтам на всіх етапах страхування. Використовуючи чат-боти страховики матимуть можливість залишатися цілодобово на зв'язку з клієнтами по всьому світові. Цифровізація страхового ринку сприяє збільшенню кількості задоволених клієнтів, скороченню часу оформлення документів (зменшенню кількості помилок, що мають місце через людський фактор). Співставлення світового досвіду і українського в сфері страхування в умовах цифровізації свідчить про значну різницю в їх розвитку. Це пояснюється тим, що український страховий ринок тільки освоює даний інноваційний напрямок і для цього потрібне детальне, поглиблене вивчення, проведення аналізу впровадження НТП. Успішне становлення страхових компаній потребує швидкого розвитку. І запровадження цифрових технологій у сферу страхового бізнесу в сучасних умовах господарювання є розумним і необхідним економічним явищем [2].

Рейтинг, згідно The Balance commerce team, вважає компанії Lemonade, Insurify, Root, Metromile, Oscar Health кращими щодо цифрового страхування [4]. Це компанії максимально враховують цифрові потреби клієнтів і задовольняють їх попит.

Страховий ринок України є набагато меншим в порівнянні з розвиненими країнами. Це пояснюється слабкою позицією економіки країни, недостатнім попитом на надання страхових послуг, недовірою населення до страхових компаній та інші чинники. В той же час світові розвинені страхові компанії є найбільш активними гравцями на страховому ринку, так як набагато раніше впровадили цифрові технології у своїй діяльності та пропонують клієнтам онлайн страхування.

Цифрове перетворення в страхуванні фокусується на автоматизації та створенні більш розумніших, інноваційних технологій реалізації страхових продуктів. Штучний інтелект демонструє значні ринкові перспективи. Потрібно українським страховим компаніям переймати зарубіжний досвід і активно реалізувати це у своїй страховій діяльності. Штучний інтелект збирається взяти на себе просту рутину завдань та допомогти в обробці великих обсягів інформації. Автоматизовані страхові агенти, такі як чат-боти, зроблять перші кроки для надання клієнтам індивідуальних послуг, які будуть задовольняти їхні унікальні потреби та вимоги. Аналіз профілів користувачів для збору баз даних дозволить налаштувати комунікаційну стратегію для кожної особи індивідуально, покращуючи процес страхування ризиків [6].

Результатом процесу цифровізації є зростання стандартів страхових послуг та спрощення доступу страхувальника до них.

Сфера страхування зовнішньоекономічних інтересів аналогічна страховим

операціям на внутрішньому страховому ринку, але має свої особливості.

Виділяють низку напрямів діджиталізації світового страхування, яке складається з:

1. Транспортного страхування, яке характеризується багатовіковою історією розвитку і бере початок з морського страхування — того виду страхування, яке обслуговує судна, вантажі та фрахт, а також передбачає відповідальність судновласників перед третіми особами.

2. Процес страхування фрахту — вид страхування стягнутої плати за перевезений вантаж.

3. Автотранспортного страхування, яке представляє страхування цивільної відповідальності власників автотранспортної техніки згідно “Зеленої карти” (угоди страховиків ряду країн про взаємне визнання страхового покриття цивільної відповідальності власників засобів автотранспорту та про надання взаємної допомоги з погашення збитків, що виникають при міжнародному автотранспортному сполученні) [1].

У США страховики, що займаються авто- страхуванням, за останні 5 років втратили в середньому 4,2 млрд доларів прибутку на рік, при цьому витрати та збитки постійно перевищують премії. Їм слід очікувати подальшого щорічного зниження прибутку від 0,5 до 1 від- сотка, якщо страховики не почнуть використовувати цифрові технології для підвищення ефективності та результативності.

Відповідальності повітряних перевізників, яка споріднено зі страхуванням цивільної відповідальності власників автотранспортних засобів у міжнародному страхуванні: проводиться страхування відповідальності повітряних перевізників — береться плата за багаж-пасажира та за спричинену шкоду, що заподіяна третім особам;

4. Відповідальності морських та річкових перевізників за завдання шкоди третім особам, екологічному середовищу при зіткненні суден та забруднення вод нафтою тощо;

5. З процесу страхування фінансово-кредитної сфери, який складається:

- страхування ризиків: комерційних, валютних;
- страхування інвестицій, зокрема іноземних;
- страхування кредитів експортного характеру, що сприяє уникненню витрат експортерами, які пов'язані із виробництвом експортної продукції, а у разі відмови від неї іншим покупцем — уникненню збитків від неплатежів через економічні чи політичні причини тощо.

- медичного страхування та страхування від настання нещасних випадків громадян, які переміщаються за кордон;

- страхування настання технічних ризиків: монтажно-пускових робіт обслуговування та гарантійних зобов'язань (лізингові контр- акти), будівельних ризиків, ризику експропріації обладнання, що орендується, тощо [3].

Останні кілька років з'являються нові цифрові продукти і послуги, які увійшли у лексику страхової галузі, наприклад, на основі peer-to-peer-страхування, машинне навчання, допоміжні боти помічники. InsurTech пронизує майже всі аспекти страхування — від обслуговування клієнтів, продуктів, андеррайтингу та ціноутворення, маркетингу тощо.

З точки зору маркетингу та дистрибуції, індустрія InsurTech стикається з такими проблемами, як Інтернет-маркетинг та реклама, які іноді провокують

умови, які не всі страховики здатні витримати. Не кожен учасник страхового ринку має достатньо ресурсів для створення таких нових рішень. Існує велика кількість компаній, які пропонують готові рішення для компаній з інтеграції страхових послуг безпосередньо на веб-сайти або про-грами (через готові дизайнери інтерфейси та API) [4].

Більшість стартапів InsurTech зараз використовують AI та машинне навчання. Здатність AI та машинного навчання аналізувати настільки велика, що обсяг даних на дуже детальному рівні змушує задуматися регуляторів з питань захисту прав споживачів, таких як конфіденційність даних, правосуддя, процес дискримінації та кібербезпеки.

Слід відмітити, що хоча при застосуванні машинного навчання для складання оцінки ризику може знизитися ступінь моральної небезпеки та несприятливого вибору, що притаманні широкому спектру пропозицій послуг страхування, регулятори застерігають, що посилення адаптації до ризику та випуск високочутливих полісів, вказують на унікальність характеристик кожного страхувальника, можливий підрив функції збору ризиків у страхуванні та приведення до занадто великої кількості клієнтів або ризику незабезпеченням на ринку приватного страхування [7].

Компанії InsurTech, які займаються андеррайтингом та ціноутворенням повинні цінувати страховий ландшафт, який регулює розробку продуктів, або ризик, який потенційно може вплинути на різні стандарти страхування. Наприклад, компанія, яка має модель впливу на тарифні ставки може, діяти як консультативна або рейтингова організація і може вимагати ліцензування відповідно до законодавства про державне страхування.

Збільшення прибутку є можливим при захопленні ідеї та її просуванні, а не при впровадженні нового продукту чи послуги. Цифрове середовище надає можливість користувачам залучитися до спільної цифрової мережі страхових послуг. Запровадження сучасних підходів маркетингу та реклами вибудовує серед населення тенденцію, за допомогою якою активно використовуються цифрові пристрої: «страховка в смартфоні» стає доступною, дешевою та простою. Зацікавленість щодо надання якісних страхових продуктів підвищує рівень довіри клієнтів до діяльності страхових компаній та зміцнює конкурентні позиції на ринку [9].

Переваги діджиталізації для клієнтів наступні: процедура купівлі страхового продукту стає максимально спрощеною. При оформленні договорів немає потреби у зверненні до офісу страхової компанії. Необхідно лише заповнити онлайн-форму та здійснити страховий внесок. І у даному випадку договір страхування неможливо сфальсифікувати. Дана інформація безпосередньо надходить в базу даних страховика без участі посередника. Страховик має економію коштів на комісії агента, яка передається клієнтам у вигляді нижчих страхових нарахувань. Якщо виникає необхідність повідомлення про страховий випадок — достатньою дією є звернення на сайт компанії або через мобільний додаток заповнити затверджену форму [6].

В процесі продажу будуть видалені страхові посередники. Це сприятиме зменшенню імовірності шахрайства. До цього мали місце випадки недобросовісності страхових посередників, коли після придбання полісу не вносилися страхові премії у загальну базу.

Діджиталізація страхування не позбавлена деяких недоліків, а саме: не

ліквідована обмеженість у застосуванні провідних цифрових технологій з причини високої вартості послуг ІТ; існує необхідність перепідготовки працівників, посилення безпеки доступу до персональних даних; потребують змін пере-провірені часом бізнес-стратегії; виникнення непорозумінь із постачальниками послуг із-за відсутності спільного бачення кінцевого продукту. На нашу думку, чітко сформована довгострокова стратегія щодо впровадження цифрових технологій у діяльність суб'єктів господарювання, позбавить страхові компанії більшості проблем, в основному технічних [3]. Зацікавленість страхових компаній у діджиталізації страхового бізнесу визначається розвитком технологій блокчейн і можливістю їх впровадження в різні бізнес-процеси. Дистрибутивні бази даних у поєднанні зі смарт-контрактами (контракти у «цифрі» в комп'ютерному виконанні) активно використовуються страховиками при укладанні договорів страхування, включаючи продаж полісів, що пов'язані з іншими страховими послугами, а також при врегулюванні страхового випадку [2].

Однак діджиталізація має певні проблеми на сучасному ринку страхування в Україні, а саме: обмеження та труднощі з масштабом застосування цифрових технологій у зв'язку з необхідністю нести витрати на переобладнання; ІТ-підтримка страхової діяльності та перепідготовка працівників; безпека, включаючи доступ до персональних даних; конкуренція цифрових каналів з іншими каналами послуг страхових компаній; необхідність реструктуризації внутрішніх бізнес-процесів страхової компанії.

Тобто в українських страхових компаніях йде процес цифрової трансформації, яка включає: електронне страхування, послуги страхування онлайн та прямих продажів, кібербезпеку, мобільні послуги та послуги онлайн, автоматизація платіжного процесу, технологія блокчейн, перетворення сайту страхової компанії в інструмент для комунікацій та продажів [8].

Зазначимо, що в умовах діджиталізації економіки змінилися потреби страхувальників, тому мета страхових компаній має бути спрямована на задоволення цих потреб. Сучасні клієнти страхових компаній стали більш вимогливими: вони вимагають більш детальної інформації і онлайн-сервісів від страхових компаній.

Сьогодні страхові компанії перебувають у активній фазі процесу цифрової трансформації. Для їх успішної реалізації лідером має стати ІТ-підрозділ, який є інструментом для вирішення проблем, пов'язаних з переходом на цифрові технології. Для цього потрібен комплексний підхід до його організаційної діяльності.

Для ефективної організації роботи ІТ-підрозділу недостатнє вжиття розрізнених заходів реактивного характеру. Стратегія та організаційна структура ІТ-підрозділу є утворенням, де присутня правильна організаційна структура та ціль, операційна модель ІТ-підрозділу. Слід також зазначити про необхідність використання автоматизованих інформаційних систем для страхових компаній де є більш ефективне впровадження змін; створення оптимальної ІТ-архітектури, що забезпечує розробку ефективних рішень підтримки бізнес-процесів страхової компанії [1]. Аналізуючи основні показники функціонування українських страхових компаній констатуємо, що страховий ринок країни має позитивні тенденції та значну кількість суб'єктів, які забезпечуються якісними послугами. Однак спостерігаємо чітку спеціалізацію

страхових компаній на певні види страхування, що посилює конкуренцію та значно перешкоджає вихід компаній на ринок, спробам розширення послуг на інші класичні види страхування.

У своєму розвитку страховий ринок України очікує кардинальні зміни, спровоковані розвиненням цифрової економіки та впровадженням інноваційних технологій у всі сфери економічної діяльності завдяки електронній комерції, електронному бізнесу, застосуванню різних мобільних додатків та платформ, що сприяють забезпеченню конкурентних переваг.

Прогрес цифрових технологій формує особливості підприємництва, економіки, освіти, вимагає нових підходів до комунікацій, інформаційних систем та послуг. Процес діджиталізації істотно впливає на функціонування страхових компаній, які стають основними суб'єктами страхового ринку. Діджиталізація зацікавлює страховиків впроваджувати базові інновації. Спрощуючи процеси та механізми реалізації страхових продуктів страхові компанії активно використовують цифрові технології, до складу яких входять: автоматизація; чат-боти; хмарні обчислення; технології з елементами штучного інтелекту [7].

Діджиталізація формує нові вимоги до клієнтів, які зацікавлені у простоті використання, цілодобовому доступі, чіткій та зрозумілій інформації про страховий продукт чи послугу, інновації індивідуальних послуг, що надаються цифровими технологіями.

У короткостроковій перспективі реалізація цих заходів дасть можливість страховій компанії підвищити рентабельність, конкурентоспроможність і, як наслідок, економічну безпеку. У той же час реалізація цифрових технологій зменшить витрати при просуванні страхового продукту, наприклад, автоматизація процесів можуть знизити витрати, пов'язані з обробкою претензій, більш ніж на 30% [4].

Довгострокові конкурентні переваги можна забезпечити за рахунок впровадження інноваційного страхового продукту та послуги захисту. Проблема кібербезпеки призводить до зростання попиту серед компаній і домогосподарств для страхових продуктів, які можуть захистити від можливої втрати особистих або комерційних даних, і подальших негативних наслідків.

Висновки. Страховий сектор України поступово набирає обертів у сфері діджиталізації: кількість страхових продуктів щороку зростає та продається он-лайн, розробляються послуги дистанційного врегулювання збитків, впроваджуються мобільні додатки тощо. Страхові компанії все більш активно цікавляться базовими інноваціями цифрової економіки.

Таким чином, здійснюється реорганізація та модифікація бізнес-процесів для інтеграції в них ІТ-інфраструктури, що буде позитивно впливати на швидкість бізнес-операцій, створення нових інформаційних каналів, спрощення процедур впровадження та розробка нового продукту.

Список використаних джерел:

1. Варга В. П. Діджиталізація як один з чинників конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/156.pdf.
2. Диба М. І., Гернего Ю. О. Діджиталізація економіки: світовий досвід та

- можливості розвитку в Україні. *Фінанси України*. 2018. № 7. С. 50–63.
3. Дубина М., Козлянченко О. Концептуальні аспекти дослідження сутності діджиталізації та її ролі в розвитку сучасного суспільства. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 3(19). С. 21–32
 4. Лазоренко Т., Шолом І. Діджиталізація як основний фактор розвитку бізнесу. *Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи»*. 2020. № 1. С. 50–51. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201186>.
 5. Семилітко Д. Діджиталізація в дії: як цифрова трансформація бізнесу впливає на успіх компанії. *Аудитор України*. 2019. № 5. С. 76–79.
 6. Тульчинська С. О., Солосіч О. С., Чорній В. В. Вплив діджиталізації управлінських процесів на систему забезпечення економічної безпеки підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 9. С. 54–58.
 7. Устенко М., Руських А. Діджиталізація: основа конкурентоспроможності підприємства в реаліях цифро-вої економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 68. С. 181–192.
 8. Hrybinenko O. M. Digitalization of the economy in a new paradigm of digital transformation. *International Relations. Part «Economic sciences»*. 2018. № 16. P. 35–37.
 9. Sokolova H. B. Some aspects of the development of the digital economy in Ukraine». *Economic Bulletin of Donbass*. 2018. No. 1(51). P. 92–96.

The article is devoted to topical issues of the functioning and development of the insurance market of Ukraine, which needs drastic changes. It is proven that modern economic realities, including the innovativeness of the digital economy, shape new needs of insurers and provide insurance companies with the opportunity to develop at the expense of competition.

Відомості про автора

- а) прізвище, ім'я, по - батькові:** Самошкіна Ірина Дмитрівна
- б) вчене звання:** доцент
- в) науковий ступінь:** кандидат економічних наук
- г) місце роботи:** СНАУ, кафедра фінансів, банківської справи та страхування
- д) адреса для листування:** 40020, м. Суми, вул. Герасима Кондратьєва, 160, кафедра фінансів, банківської справи та страхування