

Л. А. Яцентюк,
*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»,
освітньої програми «Фінанси, банківська справа та страхування»;*
науковий керівник
Л. М. Богріновцева,
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування;
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Страхування тривалий час залишалося консервативною сферою, але воно почало змінюватися під час загальної діджиталізації економіки. Цей процес був прискорений пандемією COVID-19 та повномасштабним вторгненням на територію України. Щороку зростає кількість страхових продуктів, які реалізуються в Інтернеті, а також впровадження цифрових платформ і мобільних додатків у страхову діяльність. Використання технологій для управління страховими операціями, покращення обслуговування клієнтів і підвищення ефективності бізнесу є прикладами діджиталізації. Цілком логічно, що це питання залишається актуальним і вимагає постійних досліджень.

Діджиталізація в страхуванні – це використання цифрових технологій для забезпечення захисту. Використання баз даних і доступ до інформації про потенційних страхувальників змінюють технології в галузі, що призводить до впровадження нових послуг.

Прогрес цифрових технологій змінює способи ведення господарської діяльності, надання освітніх послуг та забезпечення економічних процесів, вимагаючи нових підходів у комунікаціях і інформаційних системах. Страхові компанії активно впроваджують цифрові інструменти, такі як хмарні обчислення, автоматизація, чат-боти та штучний інтелект, що покращує реалізацію страхових продуктів. Ці технології підвищують ефективність обслуговування, операцій і створюють конкурентні переваги, даючи можливість розробляти нові інноваційні страхові продукти, що відповідають потребам ринку [1].

На рис. 1 представлено інноваційні діджитал-технології, які використовуються в сучасних умовах на страховому ринку України.

З розвитком цифрових технологій споживачі страхових послуг отримали можливість самостійно аналізувати потребу в страхуванні. Все більше людей купують страхові продукти через Інтернет. Інтернет-страхування можна розглядати не лише як спосіб продажу продуктів, а й як сукупність економічних відносин між страховиком, страхувальником і іншими учасниками страхового ринку. Адже, це забезпечує взаємодію в Інтернет мережі для задоволення потреб споживачів страхових послуг у страховому захисті.

Делегування організаційних елементів в Інтернет дозволяє споживачам страхових послуг отримати повне уявлення про страховий ринок, продукти страховика, а також самостійно розрахувати тарифи, отримати консультації, оцінити ризики, оформити та підписати договори, а також повідомити про настання страхового випадку.

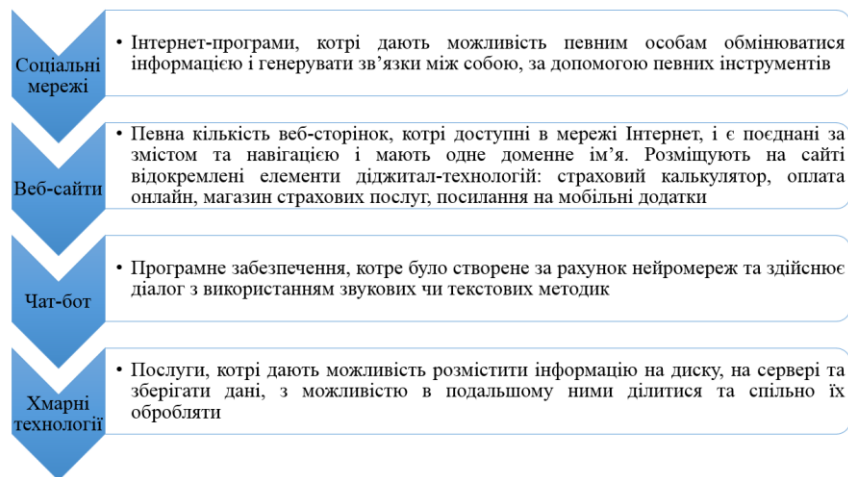


Рис. 1. Інноваційні діджитал-технології на страховому ринку України

Джерело: побудовано автором за даними [2]

В умовах діджиталізації основними трендами в страховій сфері є: застосування штучного інтелекту для покращення сегментації клієнтів, перехід до електронних полісів, використання мобільних додатків, цифрові технології для управління та захисту даних, інтеграція InsurTech-стартапів у діяльність компаній, а також використання цифрових платформ для оптимізації бізнес-процесів.

Ступінь діджиталізації страхової діяльності можна визначити за змістовним наповненням офіційних вебсайтів страхових компаній. Завдяки діджиталізації клієнти страхових компаній мають змогу оперативно й у зручному форматі отримувати дані про страховика та його пакет страхових продуктів, що сприяє створенню відкритого й прозорого в інформаційному плані страхового ринку.

Отже, впровадження цифрових технологій загалом позитивно впливає на виробничі відносини, економіку та освіту, змінюючи вимоги до комунікацій і сервісів. У страхуванні діджитал-технології автоматизують процеси, покращують обслуговування клієнтів і знижують витрати. Діджиталізація робить страхові послуги доступнішими та персоналізованими. Для розвитку страхового ринку важливо посилювати комунікації з аудиторією через цифрові технології, збільшувати продажі та розробляти нові рішення для аналізу поведінки застрахованих осіб.

Список використаних джерел

1. Богріновцева Л.М., Ключка О.В. Розвиток страхування в Україні в умовах ризиків пандемії та війни. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 70. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5278/5222>
2. Shubenko I. A. Trends of Digitization in the Insurance Market of Ukraine. *Business Inform.* 2020. Т. 2. № 505. С. 273-279. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-2-273-279>

М. В. Яцківська,

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальності 071 «Облік і оподаткування»,
освітньої програми «Облік і оподаткування»;*

науковий керівник

О. В. Ставицький,

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри статистики, ІТ та математичних методів в економіці;
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

ФІТНЕС-БРАСЛЕТ XIAOMI SMART BAND 8 PRO – ЦИФРОВИЙ ПОМІЧНИК У ПОВСЯКДЕННОМУ ЖИТТІ

Цифровізація охоплює не лише державне управління чи бізнес-процеси – вона глибоко вкоренилася у сферу особистого здоров'я. Смарт-гаджети, зокрема фітнес-браслети, стали частиною щоденного життя мільйонів людей. Один із лідерів на ринку – Xiaomi Smart Band 8 Pro – є прикладом того, як технології допомагають нам дбати про себе у повсякденному житті.

В нашому дослідженні ми обговоримо як у сучасному світі цифрові технології стали активно інтегрувати в повсякденне життя, особливо в сферу здоров'я та фізичної активності. Одним із яскравих прикладів цього є фітнес-браслет Xiaomi Smart Band 8 Pro. Ми розглянемо основні функції пристрою, його вплив на спосіб життя людини та значення подібних гаджетів у сучасному світі. Це дослідження є актуальним, оскільки питання підтримки здоров'я та фізичної активності набуває дедалі більшого значення, особливо в умовах цифрового стилю життя, коли більшість людей багато часу проводить за екранами.

Дизайн і дисплей Mi Band 8 Pro має великий AMOLED-екран з діагоналлю 1,74 дюйма та роздільною здатністю 336×480 пікселів, що робить його схожим на міні-смартгодинник. Частота оновлення – 60 Гц, що забезпечує плавність анімацій. Дисплей підтримує функцію Always-On Display та має понад 200 варіантів циферблатів [1]. Важливо також, що якість зображення на екрані дозволяє зручно читати інформацію навіть під прямими сонячними променями,