

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ СТАТИСТИКИ, ОБЛІКУ ТА АУДИТУ

Фінансово-економічний факультет

Кафедра фінансів, банківської справи та страхування

Спеціальність 072 – «Фінанси, банківська справа та страхування»

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
на тему:**

**«Цифровізація страхування в Україні:
переваги та ризики»**

Кваліфікаційна робота бакалавра містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Студентка групи
Ф-20.04/2

Шкаріна Анастасія Василівна

(підпис)

Науковий керівник

к.е.н., доцент Богріновцева Л.М.

(підпис)

Робота допущена до захисту

д.е.н., професор Бондарук Т.Г.

(підпис)

Київ 2024

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ СТАТИСТИКИ, ОБЛІКУ ТА АУДИТУ
ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ФІНАНСІВ, БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ ТА СТРАХУВАННЯ

Освітній ступінь – *бакалавр*

Галузь знань - *07 «Управління та адміністрування»*

Спеціальність – *072 «Фінанси, банківська справа та страхування»*

Освітньо-професійна програма – *«Фінанси, банківська справа та страхування»*

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
д.е.н., проф. Т.Г. Бондарук

«18» жовтня 2023 р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу бакалавра
Шкаріної Анастасії Василівни

1. Тема роботи: Цифровізація страхування в Україні: переваги та ризики
керівник роботи: к.е.н., доцент Богріновцева Л.М.

затверджена наказом по Академії від «18» жовтня 2023 р. № 385/1

2. Термін здачі студентом закінченої роботи 5 червня 2024 р.

3. Вихідні дані роботи: офіційні дані НБУ, законодавчі та нормативно-правові акти, періодична наукова література, монографічні видання, посібники, звіти міжнародних фінансових установ та організацій.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які належить зробити):

- 1) теоретичні аспекти впровадження процесів цифровізації в страхуванні;
- 2) аналіз переваг та недоліків цифрової трансформації страхового сектору;
- 3) переваги та ризики цифровізації страхування.

5. Перелік графічного матеріалу: схеми, діаграми, таблиці.

6. Дата видачі завдання 27 жовтня 2023 р.

Керівник

(підпис)

Завдання прийняв до виконання

(підпис)

Календарний план

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка про виконання
1.	Затвердження теми і наукового керівника кваліфікаційної роботи бакалавра на засіданні кафедри	18.10.2023	Виконано
2.	Опрацювання першоджерел по темі роботи	01.11.2023	Виконано
3.	Розробка плану роботи, методики та інструментарію досліджень	13.11.2023	Виконано
4.	Проведення економічних досліджень та їх аналіз	04.12.2023	Виконано
5.	Написання вступу до роботи	25.12.2023	Виконано
6.	Написання першого розділу роботи	22.01.2024	Виконано
7.	Написання другого розділу роботи	26.02.2024	Виконано
8.	Написання третього розділу роботи	25.03.2024	Виконано
9.	Написання висновків та пропозицій, оформлення роботи	22.04.2024	Виконано
10.	Подача першого варіанту роботи на кафедру	01.05.2024	Виконано
11.	Доопрацювання роботи згідно з зауваженнями керівника	20.05.2024	Виконано
12.	Попередній захист роботи	03.06.2024	Виконано

Студент _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ к.е.н., доцент Богріновцева Л.М.
(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В СТРАХУВАННІ	9
1.1. Основні аспекти і принципи цифровізації в страхуванні	9
1.2. Характеристика сучасних технологій, що використовується у процесі цифровізації страхування	12
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПЕРЕВАГ ТА НЕДОЛІКІВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СТРАХОВОГО СЕКТОРУ	18
2.1. Оцінка ефективності та результативності цифровізації страхування в Україні	18
2.2. Аналіз впливу цифровізації страхування на рівень задоволеності споживачів страхових послуг	26
РОЗДІЛ 3. ПЕРЕВАГИ ТА РИЗИКИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СТРАХУВАННЯ.....	39
3.1. Ризики цифровізації страхування та шляхи їх мінімізації	39
3.2. Перспективи розвитку процесів цифровізації страхування в Україні	51
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

Актуальність теми. Цифровізація є одним із рушійних факторів розвитку страхового ринку. Впровадження сучасних цифрових продуктів і технологій надає страховим компаніям ряд конкурентних переваг, таких як збільшення швидкості ухвалення рішень, нові можливості для розширення портфеля послуг, точніша оцінка ризиків і виявлення шахрайства. Основною метою впровадження інноваційних технологій для страховика є вдосконалення страхових продуктів і послуг, а також підвищення ефективності його бізнес-процесів. Для всього страхового ринку цифрова трансформація стає потужним фактором, що підвищує його конкурентоспроможність. Отже, розвиток страхового ринку в Україні все більше залежить від впровадження нових технологій цифрової економіки, які впливають на технологію страхування, але не змінюють його економічної сутності. Використання цифрових технологій на страховому ринку призведе до підвищення ефективності і прибутковості страхової галузі, появи нових послуг та страхових продуктів.

Більшість страхових компаній в Україні вже використовують різноманітні цифрові технології для оптимізації своєї роботи. Наприклад, багато компаній пропонують своїм клієнтам можливість придбати страховий поліс онлайн через свої веб-сайти або мобільні додатки, що значно спрощує процес страхування і робить його зручнішим для клієнтів. Також цифрові технології використовуються для автоматизації внутрішніх процесів роботи страхових компаній, таких як обробка заявок та виплат страхових відшкодувань, що дозволяє підвищити швидкість роботи та зменшити кількість помилок.

Проте існують ряд чинників, які уповільнюють розвиток цифровізації страхового ринку. Ці фактори включають високу вартість технологічних оновлень, низький попит на програми страхування, які передбачають використання сучасних комп'ютерних технологій, потребу в адаптації інноваційних технологій до відповідних страхових продуктів, недостатній рівень

кваліфікації працівників страхових компаній у відповідній галузі, високий рівень страхового шахрайства, незацікавленість страховиків у окремих видах страхування, а також загальний низький рівень довіри до страхових інститутів.

Ефективне функціонування сучасного страхового ринку неможливе без використання цифрових технологій, оскільки вони створюють нові можливості для його розвитку. Багато українських страхових компаній вже розуміють переваги цифрового страхування, оскільки впровадження цифрових інновацій дозволяє страхувальникам працювати з компанією, яка використовує новітні інструменти та технології для надання кращих послуг. Цифровізація на страховому ринку допомагає страховикам краще виконувати свою роботу, прискорює введення нових продуктів на ринок, а страхувальникам - отримувати кращі умови та послуги страхування.

Тому продовження цифрової трансформації страхової галузі є основним драйвером розвитку українського страхового ринку в найближчому майбутньому. Діджиталізація страхових бізнес-процесів стає ефективним важелем управління ризиками, що відповідає потребам усіх учасників страхового ринку.

Ступінь розробленості проблеми. Теоретичні та практичні аспекти формування і розвитку цифровізації страхової діяльності в Україні досліджували у своїх працях як вітчизняні, так й зарубіжні вчені, зокрема: Базилевич В.Д., Волосович С.А., Гладчук О.В., Гудзь О.Р., Михайловська І.М., Нагайчук Н.Г., Пікус Р.В., Рябоконь Н.П., Третяк Н.М., Ткаленко О.П., Фоміна О.О. та інші. Однак віддаючи належне науковим розробкам вітчизняних і зарубіжних вчених, слід зауважити, що не усі питання, що пов'язані із розробкою практичних рекомендацій й обґрунтуванням науково-методичних засад щодо розвитку цифровізації страхової діяльності потребують подальшого дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження переваг і ризиків цифровізації страхування в Україні під впливом світової глобалізації.

У процесі написання кваліфікаційної роботи бакалавра для досягнення мети поставлені наступні **завдання**:

- дослідження основних аспектів і принципів цифровізації в страхуванні;
- характеристика сучасних технологій, що використовується у процесі цифровізації страхування;
- здійснення оцінки ефективності та результативності цифровізації страхування в Україні;
- аналіз впливу цифровізації страхування на рівень задоволеності споживачів страхових послуг;
- узагальнення ризиків цифровізації страхування та визначення шляхи їх мінімізації;
- визначення перспектив розвитку процесів цифровізації страхування в Україні.

Об’єкт дослідження – економічні відносини, які виникають в процесі цифровізації страхової діяльності між її основними учасниками.

Предмет дослідження – цифровізація страхування в Україні: переваги та ризики.

Методи дослідження. Для реалізації поставлених завдань в роботі були використані загальнонаукові методи дослідження: методи абстрагування та узагальнення – для розкриття сутності цифровізації страхування, основних етапів розвитку цифровізації в Україні; коефіцієнтний, статистичний метод та метод порівняння – для аналізу та оцінювання ефективності та результативності цифровізації страхування в Україні; метод моделювання та прогнозування – для характеристики та узагальнення перспектив, перешкод, що впливають на процеси цифровізації страхової діяльності в Україні; табличний та графічний методи – для наочного представлення отриманих теоретичних, практичних результатів дослідження.

Практичне значення полягає у тому, що основні положення наведені у роботі можуть бути використані вітчизняними страховими компаніями при впровадженні процесів цифровізації у власній діяльності, а також стати базою для вдосконалення розвитку цифровізації страхування в Україні, зокрема визначені шляхи мінімізації ризиків цифровізації страхування можуть бути

використані при розробці стратегій розвитку у сфері страхування.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що містить 48 найменувань, та 1 додатку. Загальний обсяг роботи становить 68 сторінок, містить 9 таблиць і 9 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В СТРАХУВАННІ

1.1. Основні аспекти і принципи цифровізації в страхуванні

Цифрова економіка, як ключова характеристика сучасності, охоплює всі аспекти суспільного життя. Розвиток цифрової технології впливає на різні сфери економіки та суспільства, а його важливість для національного економічного та соціального середовища визначає місце країни в глобальному співтоваристві.

Поява цифрових технологій відіграє значну роль у соціально-економічному розвитку країни, спрямовуючи її інноваційний потенціал та сприяючи формуванню конкурентних позицій на міжнародному ринку. Для будь-якої країни підтримка промислового сектору та власних технологій є основною передумовою для розвитку національної економіки, сфери послуг та зростання рівня доходів населення.

Термін «цифрова економіка» був вперше використаний у 1995 році американським вченим Ніколасом Негропonte. Цифрова економіка визначається як інноваційно-динамічна економіка, в основі якої лежить впровадження новітніх інформаційно-комунікаційних технологій у всі сфери економічної діяльності країни. Це дозволяє підвищити ефективність та конкурентоспроможність сучасних підприємств [1].

Однією з основних особливостей цифрової економіки є безпосередній зв'язок з традиційною економікою, який полягає у можливості отримання доступу до необхідних товарів чи послуг у необхідний момент часу. Цифрова економіка забезпечує швидке отримання бажаного товару чи послуги, зменшення їх вартості для кінцевого споживача та спрощення схеми пошуку постачальників та споживачів [2].

Зазначу, що цифровізація економіки спрямована на забезпечення доступу до послуг та інформації, які надаються на основі інформаційно-комунікаційних технологій. Цифровізація сприяє підвищенню продуктивності праці,

економічному зростанню та конкурентоспроможності підприємств, створенню робочих місць та подоланню соціальної нерівності (табл. 1.1)

Таблиця 1.1

**Основні принципи цифрової економіки України,
які визначають її інноваційність**

Принцип	Характеристика принципу
Доступність	полягає у забезпеченні можливості доступу до необхідної інформації шляхом використання інформаційно-комунікаційних технологій. Основною передумовою отримання доступу до глобального інформаційного середовища є об'єднання органів державної влади та громадськості.
Спрямованість	передбачає спрямованість на створення вигоди для різних категорій споживачів у повсякденному житті.
Інформативність	передбачає розвиток інформаційної забезпеченості суспільства та креативного середовища. Ключовим чинником розвитку інформаційного суспільства виступає можливість вільного пошуку, використання та накопичення знань.
Відкритість	реалізується через зорієнтованість на міжнародне співробітництво з метою сприяння виходу України на світовий ринок електронної комерції та послуг, банківської і біржової діяльності, а також співробітництво на регіональних ринках. Таким чином, цифровізація економіки сприятиме інтеграції до європейських систем та глобалізації у сфері інформаційно-комунікаційних технологій.
Безпечність	передбачає створення умов для покращення рівня інформаційної безпеки, захисту персональної інформації та недоторканності особистих прав.
Комплексність	реалізується завдяки провідній ролі держави у розробці та впровадженні національних цифрових стратегій, а також зосередженню уваги на знятті бар'єрів на шляху до цифровізації економіки країни.

Джерело: розроблено автором на основі даних [3].

Спочатку, цифрові технології призначені для покращення ефективності української промисловості. У деяких галузях вони стають основою виробничих стратегій, оскільки дозволяють змінювати класичні бізнес-моделі та виробничі ланцюги, що сприяє впровадженню інноваційних продуктів. Для розвитку цифрової економіки в Україні важливо реалізувати стратегію "цифровізації" національного рівня. Це сприятиме створенню державного ринку інформаційно-комунікаційних технологій та мотивуванню населення використовувати цифрові

технології [3].

Основою для розвитку цифрової економіки є рівень розвиненості цифрової інфраструктури, яка включає у себе комплекс технологій, продуктів та процесів, що працюють на цифровій основі. Цифровізація є однією з основних перспектив розвитку української економіки, спонукаючи бізнес та населення до використання інформаційно-комунікаційних технологій як більш ефективних, якісних, дешевих та швидких. Таким чином, цифрова економіка стає науковим напрямом, який вивчає можливості використання сучасних цифрових технологій для управління економічними системами, що дозволяє оновити підходи до ведення бізнесу та сектора економіки.

Загалом, цифровізація є ключовим фактором розвитку страхової індустрії в Україні. Вона відкриває нові можливості для підвищення ефективності, конкурентоспроможності та доступності страхових послуг, а також для стимулювання інновацій. Завдяки комплексному підходу та чіткій стратегії цифровізації, українські страхові компанії можуть значно покращити свою діяльність та задовольнити потреби сучасних клієнтів. Важливо зазначити, що успішна цифровізація страхування потребує комплексного підходу, який включає (рис. 1.1):

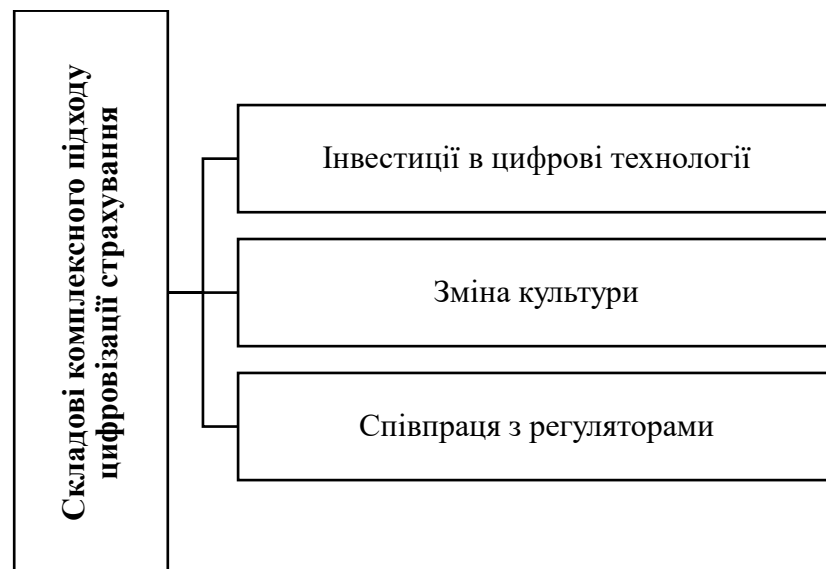


Рис. 1.1. Складові комплексного підходу цифровізації страхування

Джерело: розроблено автором

- інвестиції в цифрові технології: страхові компанії повинні інвестувати в сучасні ІТ-системи та інфраструктуру, а також у розвиток навичок своїх співробітників у сфері цифрових технологій;
- зміна культури: цифровізація потребує зміни корпоративної культури та сприяння інноваційному мисленню в страхових компаніях;
- співпраця з регуляторами: важливо налагодити співпрацю з державними органами та регуляторами для створення сприятливого середовища для впровадження цифрових технологій у страхуванні.

Отже, важливо, щоб цифровізація страхування здійснювалася з урахуванням потреб та інтересів клієнтів. Страхові компанії повинні ставити клієнтів у центр своєї діяльності та розробляти цифрові рішення, які відповідають їхнім очікуванням. Цифровізація страхування – це не просто про впровадження нових технологій. Це також про зміну бізнес-моделей, корпоративної культури та способу мислення. Страхові компанії, які хочуть бути успішними в цифрову епоху, повинні бути готові до змін.

1.2. Характеристика сучасних технологій, що використовується у процесі цифровізації страхування

У сучасному світі господарювання цифрові технології стали необхідним елементом, а їх розвиток відіграє ключову роль у просуванні світової економіки. Останнім часом майже всі сфери стикаються з викликами трансформації, оскільки нові технології, підходи до бізнесу та повільна динаміка впровадження технологічних інновацій і процесу цифровізації. Проте сучасні виклики, викликані пандемією COVID-19, значно вплинули на розвиток страхової індустрії в напрямі її цифровізації [4].

Поточні тенденції вказують на високий рівень інноваційної активності у страховій сфері та усвідомлення суб'єктами ринку пріоритетності цифрових трансформацій. Сьогодні зміни в функціонуванні цього сектору економіки настільки стрімкі, що вимагають глибокого осмислення та відповідного

вивчення. Радикальна зміна технологій, особливо в галузі Інтернету, цифрових, мобільних та соціальних платформ, призводить до значних змін у вимогах клієнтів, їхніх моделях поведінки та прийнятті рішень. Цьому сприяє значний зріст кількості користувачів мережі Інтернет та збільшення обсягу ринку інтернет-послуг [4].

Для страхувальників можливість проведення онлайн-операцій дозволяє їм здійснювати необхідні дії щодо придбання страхового продукту без виходу з дому. Водночас страхові компанії можуть збільшити обсяги продажів та страхових внесків, а також знизити витрати за рахунок спрощення процедур страхування та зниження витрат на комісії для агентів та брокерів. Цифрова трансформація суттєво змінює взаємодію між страховиками та страхувальниками, вимагаючи глибокого переосмислення традиційних бізнес-процесів та використання передових цифрових технологій.

Незважаючи на номінальне зростання обсягів страхового ринку, страхування залишається сектором економіки України, який характеризується низьким рівнем поширення порівняно з іншими країнами. Це пояснюється економічною нестабільністю в країні та недостатньою увагою до соціальної складової економічного розвитку. Однак цифрова трансформація відкриває нові можливості для розвитку страхового ринку, змінюючи способи пропозиції та продажу страхових продуктів та підвищуючи доступність цих послуг для споживачів [5].

Цифрове страхування стало необхідним елементом в сучасному світі. Система онлайн-страхування, яка використовується страховиками, охоплює широкий спектр технологій, таких як страховий калькулятор, онлайн-оплата за договір, онлайн-замовлення та придбання страхових полісів, а також онлайн-консультації [5].

Цифрова трансформація стала ключовим фактором позитивних змін у страховій галузі, особливо в ризикових видах страхування. Проте дослідження показують, що вищий рівень цифровізації спостерігається у страхових компаніях, які надають страхування життя, через складність продуктів і потребу

в консультаціях [5].

Автотранспортне страхування лідирує в цифровізації, зокрема завдяки впровадженню електронного полісу. Такі інновації забезпечують зручність і доступність для автовласників, що відображається у зростанні обсягів електронних договорів.

Страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів через електронний європротокол також стає все більш популярним, зокрема завдяки мобільним додаткам.

Загальна тенденція в страхуванні полягає в наданні максимального комфорту клієнтам за допомогою цифрових технологій, однак успішна цифрова трансформація страхової галузі значною мірою залежить від вирішення інфраструктурних та урядових проблем (рис. 1.2).

Інституційні	Інфраструктурні	Екосистемні	У сфері електронного
● низька включеність державних установ щодо реалізації концепції розвитку цифрової економіки та суспільства; ● невідповідність профільного законодавства глобальним викликам та можливостям; ● невідповідність національних, регіональних, галузевих стратегій та програм розвитку цифровим можливостям.	● низький рівень покриття території країни цифровими інфраструктурами; ● відсутність окремих цифрових інфраструктур; ● нерівний доступ громадян до цифрових технологій та нових можливостей в даній сфері.	● слабка державна політика щодо стимулів розвитку інноваційної економіки; ● незрілий ринок інвестиційного капіталу; ● застаріла система освіти, відсутність фокусу на STEM-освіту, soft skills, та підприємницькі навички, недосконалі моделі трансферу технологій.	● низький рівень автоматизації та цифровізації державних послуг через слабку мотивацію урядових установ.

Рис. 1.2. Проблеми, які перешкоджають розвитку в Україні цифрових трендів та трансформації української економіки в цифрову

Джерело: побудовано автором за даними [6].

Крім того, зростає значення кіберстрахування через широке використання цифрових технологій. Так, запровадження страхування кібер-ризиків відкриває страховим компаніям в Україні нові конкурентні можливості на ринку страхових послуг. Оскільки кібер-загрози стають все більш актуальними у сучасному цифровому світі, попит на захист від таких ризиків зростає [6].

Страхування кібер-ризиків дозволяє підприємствам та організаціям захистити себе від можливих фінансових втрат, пов'язаних з кібератаками, порушеннями безпеки даних, вірусними атаками та іншими цифровими загрозами. Це створює попит на страхові продукти, які покривають ці ризики.

Для страхових компаній це означає можливість розширення свого портфеля продуктів і приваблення нових клієнтів, які шукають захист від кіберризиків. Також це може стимулювати інші страхові компанії до розробки та впровадження власних програм страхування кіберризиків, щоб конкурувати на ринку.

Отже, страхування кіберризиків відкриває нові перспективи для розвитку та зростання страхового бізнесу в Україні, привертаючи увагу як підприємств, так і споживачів, які все більше усвідомлюють необхідність захисту від цифрових загроз.

Цифровізація страхової галузі спрямована на створення сучасної системи, яка забезпечує баланс між інтересами громадян, бізнесу та держави. Однак цей процес ускладнюється:

- низьким рівнем цифрової інклюзивності в Україні;
- високою вартістю цифрових засобів та програмного забезпечення;
- недостатньою кількістю фахівців з цифровими компетенціями у страхових компаніях.

Економічна важливість цифрових технологій у страховій галузі, а отже і попит на онлайн-страхування в Україні, продовжуватиме зростати. Продовження цифрової трансформації страхової галузі визначається як ключовий напрямок розвитку страхового ринку країни у найближчому майбутньому.

Розвиток цифрового середовища у сфері страхування дозволяє страховикам покращувати управління страховими ризиками, розширювати асортимент страхових продуктів та послуг, враховуючи потреби та інтереси споживачів. Проте ефективність цифрової трансформації страхової галузі значною мірою залежить від успішного вирішення інституційних, інфраструктурних, екосистемних та урядових проблем, які перешкоджають цифровізації української економіки загалом.

Проведене дослідження підтверджує, що швидкі процеси розвитку цифрових технологій та сучасні виклики необхідною чином вимагають цифрової трансформації традиційних бізнес-процесів у страховій сфері. Розвиток цифрового середовища в цій галузі дозволяє страховим компаніям покращувати механізми управління страховими ризиками, розширювати асортимент страхових продуктів і послуг, враховуючи інтереси та потреби споживачів.

Продовження цифрової трансформації страхової галузі є основним напрямом розвитку страхового ринку України на найближче майбутнє. Цифровізація бізнес-процесів у страхувальній діяльності стане дієвим інструментом управління ризиками, який зможе задовольнити інтереси та потреби всіх учасників страхових відносин.

Ефективність впровадження цифрових технологій у сферу страхування значною мірою залежить від успішного вирішення інституційних, інфраструктурних, екосистемних та урядових проблем [7].

Страхування на основі цифрових технологій відоме також як цифрова трансформація страхування або InsurTechs. Це страхові компанії, які активно використовують інноваційні технології для трансформації своєї діяльності. InsurTechs спрямовані на поліпшення процесів управління страховими ризиками, оптимізацію обслуговування клієнтів та модернізацію страхових послуг за допомогою цифрових рішень та платформ.

Найважливіші компоненти InsurTechn згруповано та представлено у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Найважливіші компоненти InsurTechn

Напрями використання	Компоненти	Ефективність компонентів
Зв'язок з клієнтами страхових компаній	Мобільні технології	Надають страховим компаніям можливість зв'язуватися з клієнтами та створювати мобільні застосунки для використання їх у процесі надання страхового захисту.
	Інтернет, програмне забезпечення, мережеві технології, цифрові платформи	Надають страховим компаніям можливість зв'язуватися з клієнтами та надавати послуги онлайн. Розвиток онлайн-платформ для продажу страхових полісів та обслуговування клієнтів.
Робота з даними клієнтів страхових компаній	Аналітичні платформи, хмарні обчислення, технології ідентифікації	Збір, обробка та аналіз даних. Дозволяють страховикам збирати важливу інформацію, аналізувати та використовувати великі обсяги даних для оцінки ризиків, прогнозування попиту на страхові послуги та покращення процесів управління ризиками.
Використання інноваційних технологій у процесі страхування	Інтернет речей (IoT), біометричні технології, безпілотні технології, робот-радники	Інноваційні технології забезпечують підключення різних пристроїв та об'єктів до Інтернету для передачі та обміну інформацією.
	Штучний інтелект (AI)	Технічні засоби, які імітують дії людини та логічне і раціональне прийняття рішень. Мінімізує потребу втручання людини та забезпечує ефективне прийняття рішень за допомогою більш швидкого та ефективного виконання всіх процесів.
	Блокчейн	База даних у вигляді децентралізованого цифрового реєстру. Використання технології блокчейн важливо для покращення безпеки, автентифікації та управління даними у страховому бізнесі.

Джерело: складено автором за даними [8].

Отже, впровадження цифрових технологій у страховій індустрії України – це незворотній процес, який має значний потенціал для розвитку страхового ринку. Завдяки цифровізації українські страхові компанії можуть і знизити витрати за рахунок автоматизації рутинних завдань та оптимізації бізнес-процесів і підвищити швидкість та якість обслуговування клієнтів завдяки онлайн-сервісам та мобільним додаткам і розширити коло потенційних клієнтів завдяки виходу на нові ринки та залученню нових груп клієнтів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПЕРЕВАГ ТА НЕДОЛІКІВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СТРАХОВОГО СЕКТОРУ

2.1. Оцінка ефективності та результативності цифровізації страхування в Україні

Новочасна практика впровадження цифрових технологій у страховому бізнесі України дуже динамічна та різноманітна. Найбільш поширені способи, які використовують страхові компанії для впровадження цифрових технологій є наступними:

- онлайн-оформлення страхових полісів: клієнти можуть оформити страховий поліс онлайн через веб-сайт або мобільний додаток, що дозволяє швидше та зручніше отримати необхідний захист;
- цифрові платформи та портали: страхові компанії створюють спеціалізовані цифрові платформи, де клієнти можуть звертатися для оформлення полісів, звернення за підтримкою та відшкодуванням збитків;
- штучний інтелект та аналітика даних: страхові компанії використовують алгоритми машинного навчання для аналізу великих обсягів даних та оцінки ризиків, що допомагає більш точно встановлювати ціни на страхові продукти та прогнозувати можливі збитки;
- мобільні додатки та IoT: страхові компанії створюють мобільні додатки, які дозволяють клієнтам керувати своїми полісами, подавати заявки на збитки та взаємодіяти зі страховиками у режимі реального часу [10].

Також використовуються з'єднані пристрої (IoT), зокрема такі як сенсори для виявлення пожеж або витоків води;

- клієнтський сервіс через чат-боти: багато страхових компаній впроваджують чат-боти на своїх веб-сайтах або в додатках, що допомагає клієнтам отримувати швидку відповідь на питання та запити;
- фото та відео оцінка збитків: замість традиційної оцінки збитків на місці події, клієнти можуть відправляти фото або відео матеріали для оцінки

збитків через мобільний додаток;

- технології віртуальної та доповненої реальності: деякі страхові компанії використовують VR та AR для покращення процесу навчання клієнтів та агентів, а також для оцінки збитків [9; 10].

Ці технологічні інновації не тільки полегшують взаємодію клієнтів із страховиками, але і покращують якість обслуговування, роблять процеси більш прозорими та ефективними, а також допомагають страховим компаніям більш точно оцінювати та управляти ризиками.

Розвиток страхових технологій можна розділити на кілька етапів. Перший, так званий «паперовий» етап, характеризувався відсутністю ознак цифровізації страхових відносин, оскільки весь процес документообігу здійснювався на папері. Другий етап означений впровадженням перших цифрових технологій, тобто базової фіксації інформації та появою автоматизованих систем. Третій етап визначається базовою цифровізацією, що полягає у реалізації страхових послуг за допомогою вебсайтів, онлайн-ових служб підтримки, цифрового маркетингу та листування з діловими партнерами електронною поштою. Четвертий етап – етап активної цифровізації, для якого характерним є використання телеметрії у страхуванні, віртуальних агентств та інтегрованих партнерських мереж. На сучасному п'ятому етапі відбувається цифровізація страхових відносин з появою «продажів в один клік» і відмовою від паперових носіїв інформації. На даному етапі у зв'язку з необхідністю комп'ютеризації страхових продуктів, зростаючим використанням онлайн-сервісів для сплати страхових премій, застосуванням даних «connecting things» (підключення речей), реальним використанням «big data» (великих даних) і застосуванням ботів у поточному обслуговуванні страхових полісів і претензій тенденція цифровізації істотно змінить бізнес-процеси традиційних страховиків [11].

До бізнес-процесів страховиків, які з найбільшою ймовірністю можуть бути охоплені цифровізацією, належать продажі страхових продуктів, врегулювання збитків, бухгалтерський облік та оподаткування, андеррайтинг ризиків і документообіг (рис. 2.1).

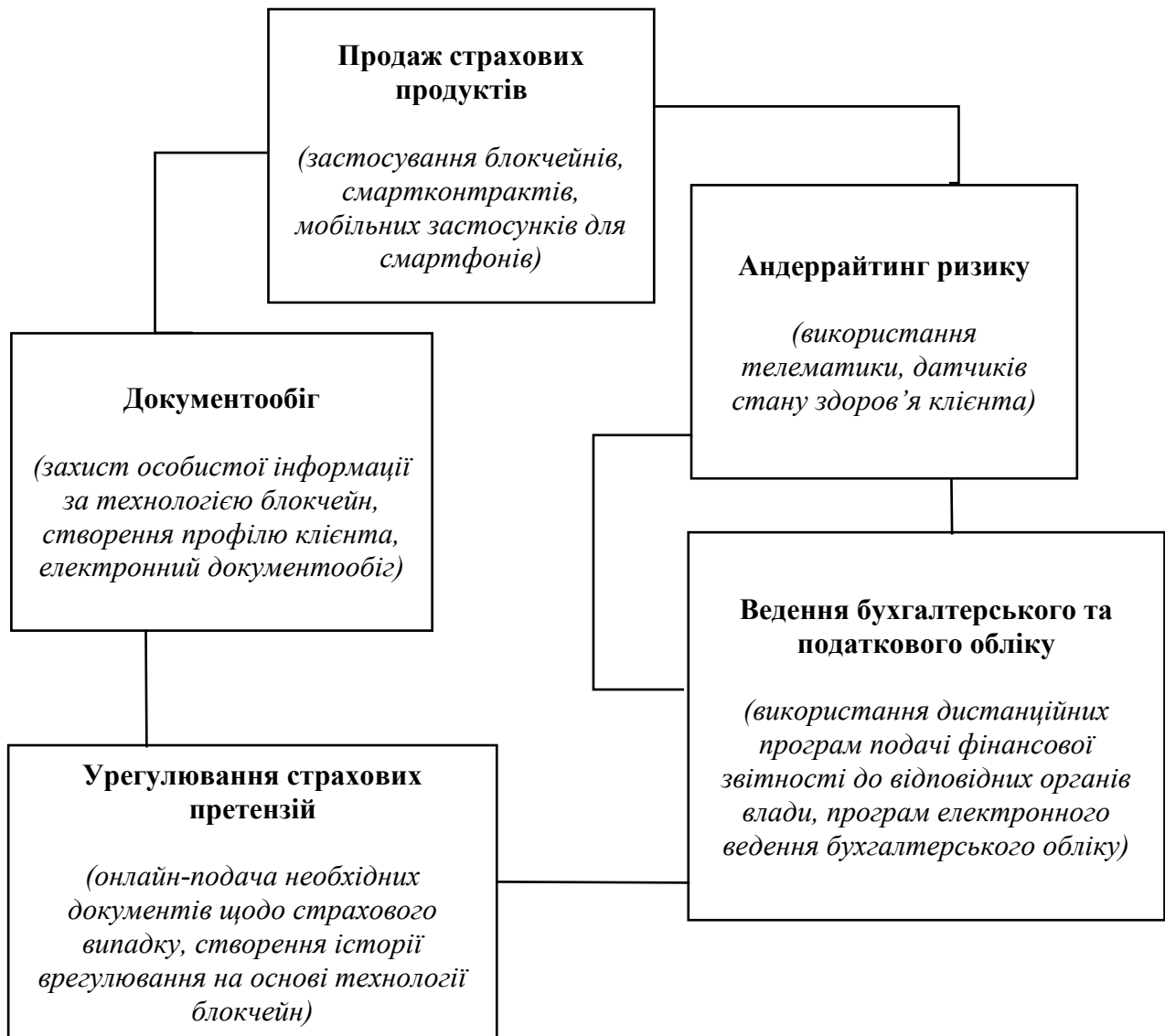


Рис. 2.1. Інструменти цифровізації ключових бізнес-процесів страхових компаній

Джерело: побудовано автором за даними [12-16].

У світлі ситуації, що склалася, експерти прогнозують, що з 2023 року частка споживачів, які взаємодіють зі страховиками через цифрові канали, у світі майже подвоїлася, а попит на цифрові страхові послуги з боку бізнесу і споживачів стрімко зростає, і до 2025 р прогнозується збільшення розвитку InsurTech, а обсяг фінансування на впровадження, за прогнозами, зростатиме.

Водночас потрібна інноваційна модернізація внутрішніх бізнес-процесів страховиків, оптимізація яких дасть змогу знизити операційні витрати. Хмарні процеси забезпечують доступ до новітніх технологій для страхового бізнесу при

одночасному зниженні витрат на ведення останнього. З урахуванням цих тенденцій інвестиції в розвиток InsurTech зростають рік від року, про що свідчить позитивна динаміка вкладень в інновації в глобальному масштабі.

В 2022 році було зафіксовано найвищі показники розвитку галузі InsurTech: глобальні інвестиції у її фінансування склали 7,1 мільярда доларів. Кількість угод у сфері InsurTech зросла до 377 (рис. 2.2).

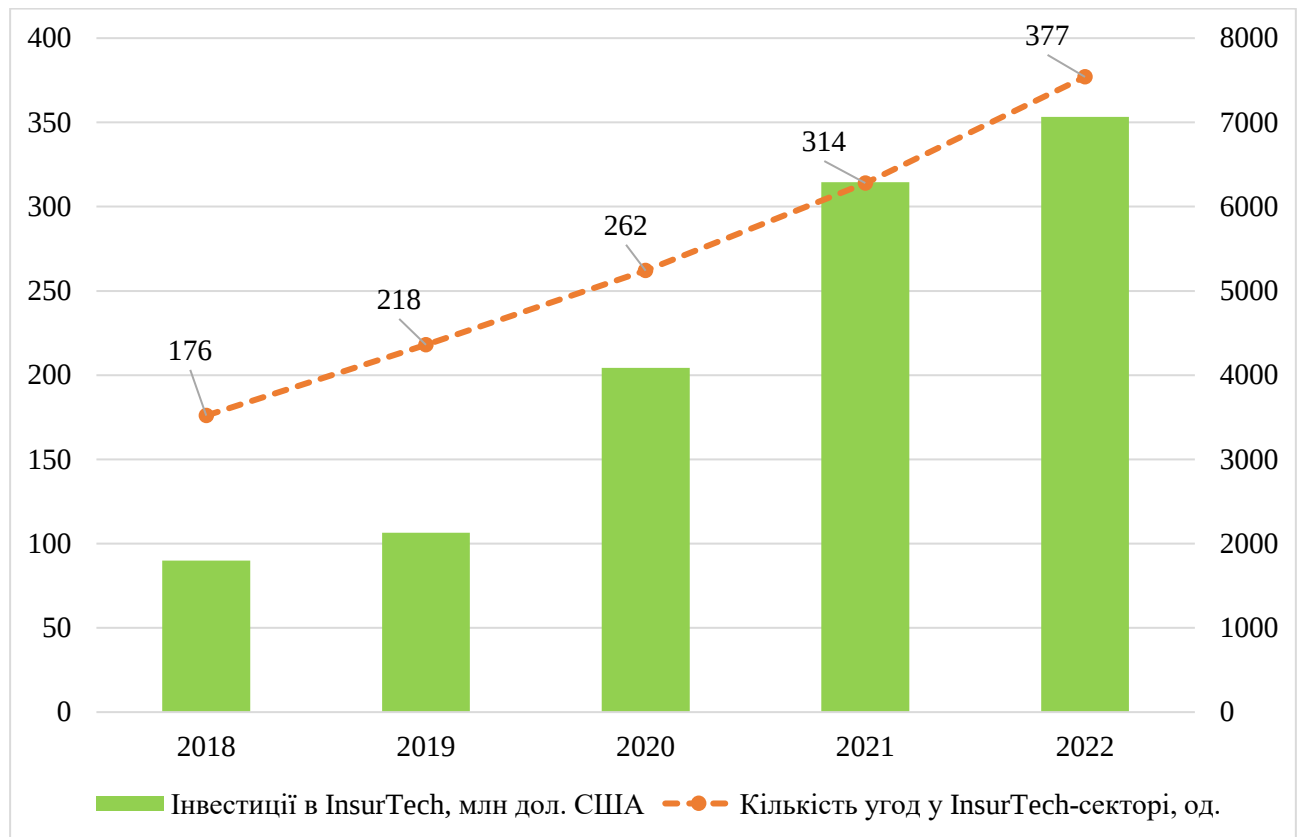


Рис. 2.2. Обсяги світових інвестицій та укладених угод у секторі InsurTech за 2018-2022 рр.

Джерело: розраховано та побудовано автором за даними [16; 17].

В усіх інноваційних процесах першість за залученням інвестицій належить майновому страхуванню (P&C), яке забезпечує 53% загального обсягу фінансування та укладає 63% угод.

Індустрія особистого страхування (L&H) посідає друге місце за цими показниками, демонструючи високі обсяги фінансування та активне впровадження страхових технологій, наглядно показано на рис. 2.3.

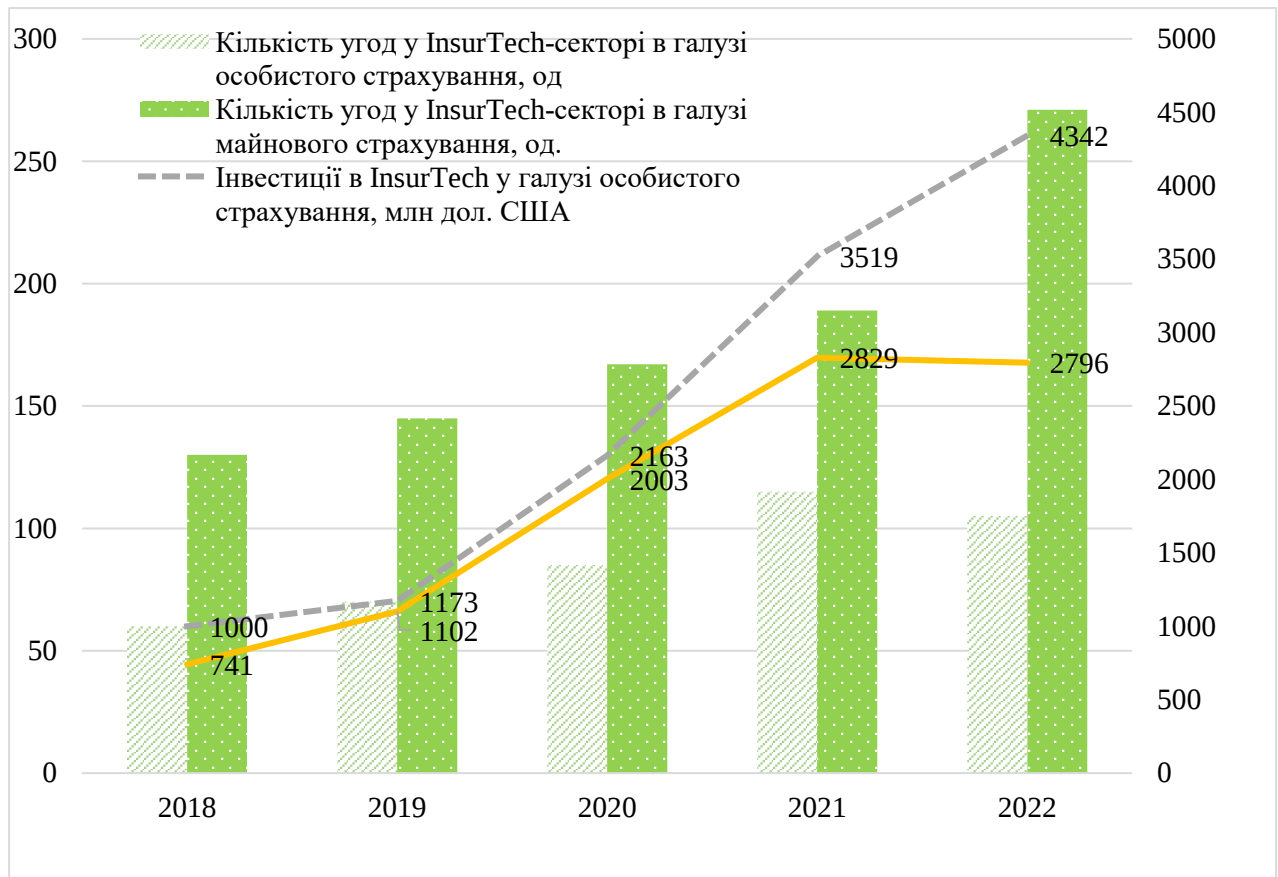


Рис. 2.3. Обсяги світових інвестицій та укладених угод у секторі InsurTech за галузями страхування за 2018-2022 рр.

Джерело: розраховано та побудовано автором за даними [16; 18].

Згідно з експертами, галузь L&H виявляється особливо привабливою для інвесторів, враховуючи вражаючі 12,1 мільярда доларів США, вкладені в InsurTech-розробки за період з 2018 по 2022 рік. Таким чином, 2022 рік відзначається як період, коли визнається ключова роль цифрових технологій у страховій сфері, а цифрова трансформація страхового бізнесу стає надзвичайно цінною. Глобальні інвестиції в розвиток InsurTech досягають свого піку [16].

У сучасному світі Інтернет відіграє значну роль на всіх етапах страхових послуг, починаючи від продажу до обслуговування полісів та регулювання страхових випадків. Основними страховими послугами, які активно продаються через онлайн-канали, є поліси страхування цивільно-правової відповідальності власників автотранспорту (ОСЦПВ), програма "Зелена карта", страхування водного транспорту, додаткове медичне страхування та страхування під час

подорожей. Згідно з даними (рис. 2.4), частка онлайн-угод з ОСЦПВ стрімко зростає з кожним роком, з 2% у 2018 році до третини в 2022 році.

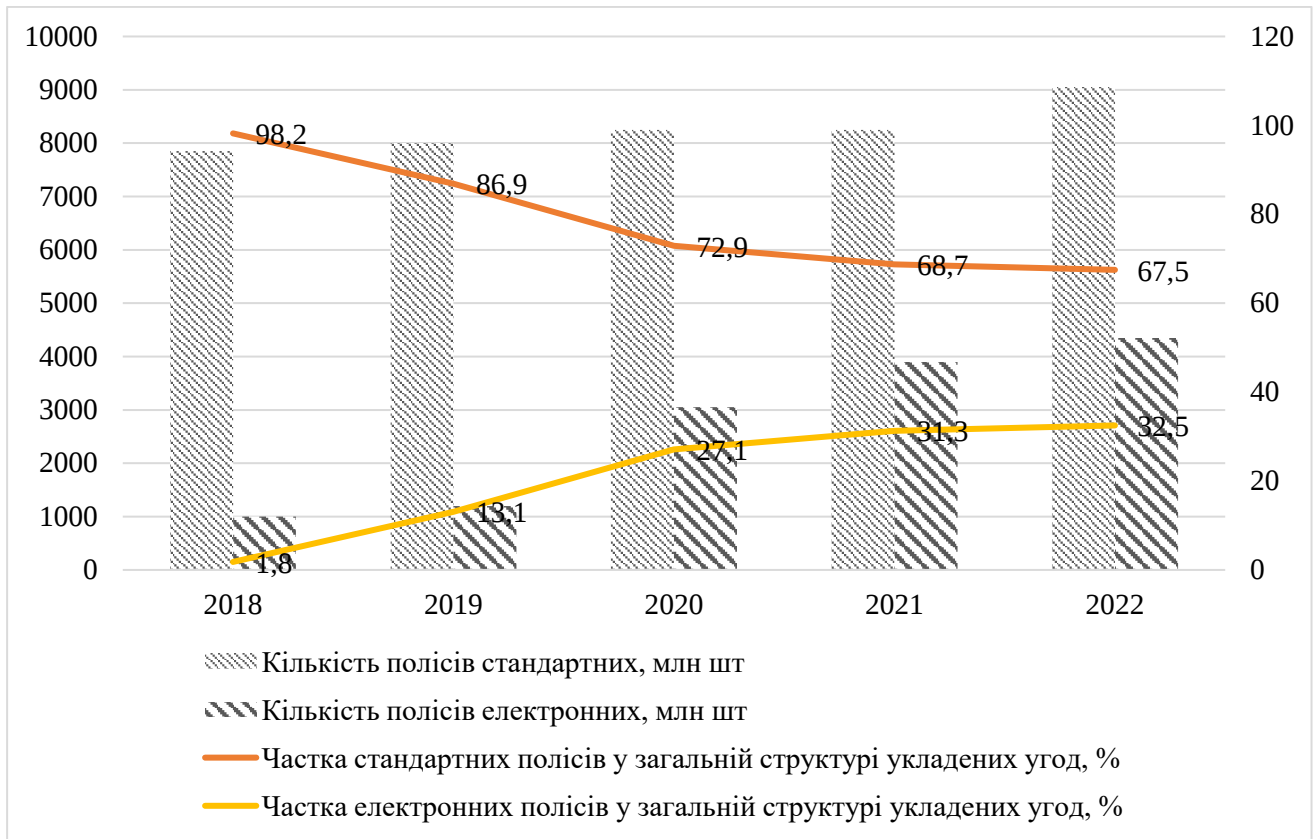


Рис. 2.4. Укладені угоди з ОСЦПВ за 2018-2022 рр.

Джерело: розраховано та побудовано автором за даними [48].

Ринок міжнародного страхування «Зелена карта» (рис. 2.5) в Україні в 2022 році значно збільшився, показавши зростання на 60,3% в порівнянні з 2021 роком.

У 2022 році кількість угод страхування цивільної відповідальності для власників автомобілів за кордоном під програмою "Зелена карта" зросла на понад 110%, перевищивши показник попереднього року 2021 року і склавши 1,2 мільйона угод. Це рекордний показник за останні 5 років (з 2018 по 2022 рік). Варто відзначити, що з 1 вересня 2022 року кожна з 12 страхових компаній-членів МТСБУ надає можливість власникам автомобілів укладати міжнародний страховий сертифікат у електронному форматі. У 2022 році було укладено 94 тисячі електронних угод "Зелена карта", що становить 58% від загальної кількості угод за цей період. Іншими словами, майже 60% угод страхування

цивільної відповідальності для власників автомобілів за кордоном під програмою "Зелена карта" у 2022 році були укладені через онлайн-канали.

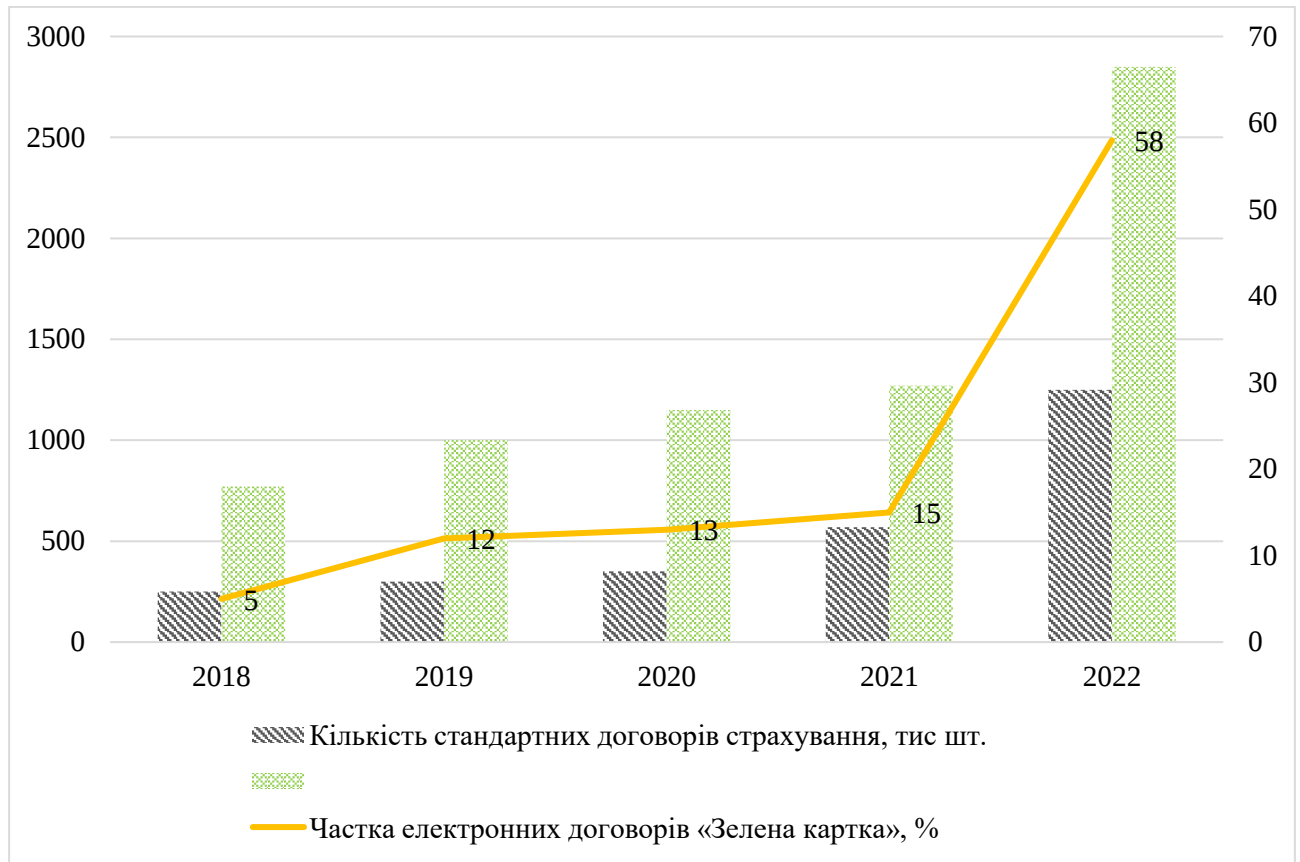


Рис. 2.5. Укладені угоди з цивільної відповідальності автовласників за кордоном «Зелена картка» за 2018-2022 рр.

Джерело: розраховано та побудовано автором за даними [48].

Зараз спостерігається перехід від масової стандартизації страхових продуктів до індивідуального підходу до кожного клієнта. Цифрові технології, пов'язані з персоналізацією страхових пропозицій, включають великі дані (BigData), Інтернет речей (IoT), штучний інтелект, технологію блокчейн і RegTech [20].

Технологія великих даних (BigData) - це обробка великих обсягів структурованих або неструктурованих даних за допомогою спеціальних інструментів автоматизації для аналізу, прогнозування і прийняття рішень. У страхуванні ця технологія може бути використана для аналізу даних про страхові випадки, виявлення шахрайства та надання персоналізованих послуг клієнтам.

Технологія блокчейну може допомогти уникнути незаконних контрактів, подвійних платежів та інших шахрайських дій. У світі з'явилася нова фінансова технологія, яка може оптимізувати бізнес-процеси - RegTech. Її можна використовувати в страховому секторі для управління ризиками та дотримання регуляторних норм. Її використовують для ідентифікації клієнтів, виявлення шахрайства, автоматизації процедур та формування звітів для страхових компаній.

Штучний інтелект використовується на різних етапах укладання страхових угод. Методи штучного інтелекту можуть бути використані для виявлення шахрайської поведінки страхувальників, розрахунку розміру відшкодування в разі страхового випадку, вибору оптимального методу оцінки ризиків та багато іншого.

Страхові компанії активно використовують штучний інтелект у вигляді чат-ботів для надання допомоги страхувальникам у отриманні страхових виплат та оформленні страхових полісів. Завдяки технологіям Інтернету речей у сфері страхування можливе проведення індивідуальної оцінки ризиків, реєстрація страхових подій, оцінка збитків та отримання нових даних з телематичних та інших пристроїв. Інтернет речей виступає ключовим фактором у створенні великої кількості даних, які можуть надати страховикам цінну інформацію, покращити їхню здатність прогнозувати та запобігати ризикам, а також розширити страхове покриття.

За останні кілька років Інтернет речей став однією з найбільш значущих технологій XXI століття. Завдяки доступним обчисленням, хмарним технологіям, великим даним, аналітиці та мобільним технологіям фізичні об'єкти тепер можуть обмінюватися та збирати дані з мінімальним втручанням людини. Різноманітність і вплив перших послуг з управління ризиками на основі Інтернету речей свідчать про великий потенціал цієї технології для страхової галузі [20].

Концепція "Інтернету речей" включає три основні складові: підвищення обізнаності про поточні рівні ризиків, пропозицію зміни поведінки та заохочення

до зміни поведінки. У 2022 році інвестиції в стартапи InsurTech були майже на половину нижче рекордного рівня за 2021 рік. Також глобальні інвестиції в сектор InsurTech зменшилися приблизно на 80%. Ця складна та неоднозначна ситуація в країні має вплив на всі сфери життя. Процес цифрової трансформації вже визначив загальну структуру страхових послуг, але в епоху скорочення витрат виникає потреба у впровадженні гнучких страхових платформ, які гарантують інтенсивний розвиток компаній [21]

Тож від автоматизації, цифрова трансформація часто базується на інноваційних бізнес-ідеях, які вносять якісні зміни в бізнес-моделі та бізнес-процеси і реалізуються в рамках певної стратегії. На жаль, події, що відбулися в Україні 24 лютого 2022 року, суттєво сповільнили розвиток інвестицій та інновацій не тільки в економіці в цілому, але й на фінансових та страхових ринках зокрема. Основними мотивами, що спонукають страховиків пропонувати онлайн-послуги, є потреба у зниженні витрат, розширенні географічного покриття та диверсифікації ризиків. Іншим важливим фактором є простота та зручність придбання страхових продуктів онлайн.

2.2. Аналіз впливу цифровізації страхування на рівень задоволеності споживачів страхових послуг

Цифрова трансформація в страховій галузі суттєво впливає на способи, якими страхові компанії працюють і взаємодіють з клієнтами. Вона допомагає забезпечити більш ефективне управління ризиками, знизити витрати і покращити якість обслуговування. Завдяки цифровим технологіям страховики можуть оперативно відповідати на потреби клієнтів, що підвищує їх задоволеність і лояльність до компанії. Також це дозволяє страховим компаніям більш ефективно конкурувати на ринку і збільшувати свою прибутковість і рівень задоволеності клієнтів (Додаток А).

Після аналізу переваг застосування цифрових технологій у страховій справі щодо відношення до клієнта, можна зробити висновок, що найбільший

вплив цифровізація має на збільшення доходів страхових компаній шляхом задоволення максимальних потреб клієнтів у страхових послугах. Активне використання цифрових технологій страховими компаніями дозволяє привернути клієнтів віком до 40 років, які не цікавляться співпрацею зі звичайними страховими компаніями. Згідно з даними зарубіжних галузевих експертів і аналітиків, загальний дохід InsurTech компаній щорічно зростає, і вони виявляються лідерами у привабленні інвестицій. В сучасних умовах трансформація страхового ринку спрямована на максимальний перехід до онлайн-страхування та впровадження InsurTech-стартапів. [22]

Використання InsurTech-стартапів дозволяє страховим компаніям стати більш гнучкими, конкурентоспроможними та готовими до викликів сучасного цифрового світу [23]. Впровадження цифрових технологій в Україні має свої особливості, і в умовах цифровізації основними трендами у страховій сфері є:

- використання штучного інтелекту для підвищення ефективності сегментації клієнтів;
- трансформація страхових послуг у формат електронних полісів;
- використання мобільних додатків;
- використання цифрових технологій управління даними для забезпечення їх безпеки та мінімізації ризиків шахрайства;
- впровадження InsurTech-стартапів у діяльність страхових компаній;
- використання цифрових платформ для оптимізації страхових бізнес-процесів.

InsurTech – стартапи, які використовуються за кордоном наведені у табл. 2.1.

Цифрова трансформація стимулює нові підходи до створення бізнес-моделей, продуктів і послуг у всіх галузях, включаючи страхування. Тому розвиток страхового ринку в Україні все більше залежить від впровадження цифрових технологій. В сучасних умовах цифрові технології стають важливим фактором операційної ефективності та конкурентоспроможності страхового бізнесу. Цифрові технології дозволяють страховим компаніям поліпшити свої

послуги, оптимізувати процеси та забезпечити більш ефективне управління ризиками. Найважливішою перевагою цифровізації є покращення взаємодії з клієнтами та можливість використовувати цифрові страхові рішення для надання персоналізованих страхових послуг клієнтам швидко, зручно та безпечно, а також отримувати доступ до своїх полісів та інших страхових послуг у режимі реального часу. Таким чином, застосування цифрових технологій у страховому бізнесі сприяє підвищенню його ефективності та конкурентоспроможності [23].

Таблиця 2.1

InsurTech – стартапи, які використовуються за кордоном

Назва	Зміст
Spot	Використовується для страхування клієнтів, які ведуть активний спосіб життя та дозволяє купувати короткострокові страхові поліси на зручній платформі.
Zesty AI	Використовує штучний інтелект для вдосконалення страхування майна. Використовує останні технічні досягнення для моделювання ймовірності настання страхових подій при страхуванні майна. Страховики та перестраховики використовують застосунок для того, щоб точніше страхувати ризики та надавати своїм клієнтам більш вигідні умови страхування.
Lazarus AI	Використовує дані штучного інтелекту для виявлення онкологічних захворювань, що дає змогу знизити рівень смертності до 4 % порівняно з рівнем смертності в 40 % від онкологічних захворювань.
Attestiv	Додаток, який підтверджує справжність фотографій і відео. Використовується для боротьби з шахрайством при розслідуванні страхових подій.
Flock	Додаток, який використовується для забезпечення безпеки використання безпілотників у страхуванні. Надає найпередовішу у світі кількісну оцінку ризику польотів безпілотників у режимі реального часу.

Джерело: складено автором на основі джерела [24].

Вказані дослідження підкреслюють значення персоналізації для підвищення задоволеності та лояльності клієнтів у сучасних системах управління взаєминами з клієнтами.

Але також цікаво зазначити, що робота Rane, Choudhary та Rane (2023) вказує на те, що гіперперсоналізація може бути ефективним стратегічним інструментом для підвищення лояльності та задоволеності клієнтів. Дослідження Ologunbe (2023) зосереджене на аналізі стратегій утримання клієнтів у сегменті електронної комерції, що може допомогти в розумінні та вдосконаленні стратегій лояльності через персоналізацію. Робота Xuan Nguyen, Nguyen, Suseno та BuiQuang (2020) вивчає взаємодію сприйняття цінності та цифрових

технологій у B2B-сегменті, що є важливим для розуміння та вдосконалення персоналізованих стратегій. Дослідження Mushtaq, Ahmad, Rextin та Malik (2020) підкреслює важливість покращення користувацького досвіду через зрозумілі та легкі у прийнятті рішень інтерфейси в контексті електронної комерції й персоналізації [24].

Стратегія персоналізації в електронній комерції описується як комплексний та високотехнологічний підхід до взаємодії з клієнтами з метою створення для кожного окремого користувача унікального та індивідуалізованого досвіду. Основна ідея полягає в адаптації пропозицій, послуг і змісту таким чином, щоб вони відповідали конкретним потребам та очікуванням клієнтів. Ця стратегія передбачає систематичний та цільовий підхід до взаємодії з клієнтами, що включає адаптацію пропозицій, послуг або змісту відповідно до індивідуальних потреб, вподобань і характеристик кожного окремого клієнта. Основною метою цієї стратегії є створення унікального і персоналізованого досвіду для кожного користувача з метою підвищення його задоволеності та лояльності [24].

У контексті електронної комерції, стратегія персоналізації може використовувати різноманітні інструменти, такі як алгоритми машинного навчання, аналітика даних, персоналізовані рекомендації, індивідуалізовані пропозиції та інші засоби для адаптації взаємодії з кожним клієнтом. Основні елементи цієї стратегії та їх характеристики представлені в табл. 2.2.

Загальний концепт стратегії персоналізації полягає у забезпеченні кожному споживачеві індивідуалізованого, релевантного та задовільного досвіду, що сприяє покращенню відносин з клієнтами та збільшенню їхньої лояльності. Розглядаючи різні підходи до персоналізації, важливо враховувати, що вибір конкретної стратегії визначається унікальними характеристиками бізнесу, цільовою аудиторією та іншими факторами [25].

Персоналізовані рекомендації - використовує алгоритми та аналітику для адаптації пропозицій та рекомендацій на основі попередніх покупок, переглядів або поведінки користувача. Бізнес може точно визначити інтереси клієнта та

надати персоналізовані пропозиції.

Таблиця 2.2

Основні елементи стратегії персоналізації

Елемент стратегії персоналізації	Характеристика
Збір та аналіз даних	Збір інформації про покупки, перегляди, взаємодія з контентом та інші поведінкові дані клієнта для формування детального розуміння його потреб і вподобань.
Сегментація аудиторії	Розділення клієнтів на групи або сегменти на основі спільних характеристик, щоб надалі надавати персоналізовані послуги для кожного сегмента.
Адаптація контенту та пропозицій	Використання отриманих даних для створення персоналізованих рекомендацій, пропозицій, змісту вебсайту та інших взаємодій із клієнтом.
Персоналізована комунікація	Висилання індивідуалізованих повідомлень, листів, сповіщень та іншої комунікації для сприяння залученості та лояльності клієнтів.
Тестування й оптимізація	Постійне вдосконалення стратегії через аналіз ефективності та здійснення корегувань з метою оптимізації результатів.

Джерело: створено автором на основі інформації вище та [24].

Індивідуалізовані пропозиції та знижки - полягають в наданні унікальних пропозицій і знижок, розрахованих на конкретного клієнта. Враховуються історія покупок, попередні взаємодії та інші параметри для зроблення пропозицій максимально привабливими [26].

Персоналізовані електронні листи та сповіщення - цей підхід передбачає відправлення індивідуалізованих повідомлень, що базуються на активності клієнта, наприклад, інформація про новини, персоналізовані пропозиції або повідомлення про спеціальні акції [27].

Персоналізація вебсайту - спрямована на адаптацію вмісту вебсайту до інтересів та потреб користувача, що дозволяє створити персоналізоване середовище для кожного відвідувача, покращуючи навігацію та комфорт взаємодії [24].

Сегментація аудиторії - передбачає розділення клієнтів на групи або сегменти залежно від різних характеристик, таких як поведінка, вік, географічне розташування, для надання спеціалізованих послуг та пропозицій [24].

Важливо враховувати, що ефективність стратегії персоналізації може

значно варіюватися залежно від особливостей конкретного ринку та бізнес-моделі. Тому рекомендується постійно тестувати й адаптувати підходи для оптимізації взаємодії з різними клієнтами та максимізації їхньої лояльності.

Оцінку впливу персоналізації на лояльність клієнтів в страховій галузі можна побачити через успішні приклади компаній, які успішно впровадили цю стратегію.

- *Progressive*: Progressive Insurance використовує персоналізовані підходи для залучення та утримання клієнтів. Шляхом аналізу даних про водіння та страхові вимоги кожного клієнта, вони розробляють індивідуальні страхові плани та пропозиції. Це сприяє збереженню клієнтів та підвищенню їхньої лояльності.

- *Allstate*: Allstate Insurance також використовує стратегію персоналізації для покращення взаємодії з клієнтами. Шляхом аналізу даних про страхові вимоги та історії клієнта, вони надають індивідуальні поради щодо оптимізації страхового покриття та зниження ризиків. Це сприяє підвищенню задоволеності клієнтів і збільшенню лояльності.

- *State Farm*: State Farm Insurance відома своїм персоналізованим підходом до страхування життя. Вони пропонують індивідуальні страхові плани та консультації щодо фінансового планування, враховуючи унікальні потреби та цілі кожного клієнта. Це дозволяє їм побудувати міцні відносини з клієнтами та забезпечити їхню лояльність на довгострокову перспективу [28].

Значний вплив на трансформацію розуміння важливості ставлення до процесів персоналізації спричинила пандемія COVID-19. Відповідно до опитування KPMG, 85 % опитаних топ-менеджерів страхових компаній переконані, що саме пандемія пришвидшила цифровізацію операцій, а також створення операційних моделей наступного покоління. Фактично COVID-19 повністю змінив ландшафт для страховиків. Згідно зі звітом Digital 2022 Global Statshot кількість людей, що користуються Інтернетом та використовують новітні канали комунікації, зростає великими темпами [29].

Це підтверджується окремими висновками з дослідження:— мобільними

телефонами користуються 5,32 млрд людей у всьому світі, тобто 67 % населення планети; – кількість користувачів Інтернетом зросла майже на 200 млн порівняно з попереднім роком;– користувачів соціальних мереж нараховується у всьому світі 4,65 млрд, тобто 58,7 % всього населення планети;– за умови, що люди від 13 років можуть користуватися соцмережами, то можна припустити, що три чверті усіх це вже роблять;– 57 % респондентів здійснювали онлайн-покупку впродовж останніх 30 днів. Тому, зрозуміло, що активна цифровізація усіх основних секторів економіки призведе до трансформації бізнес-моделі функціонування страхових компаній по всьому світу [30].

До речі, за прогнозами Future Market Insights (FMI) ринок страхових технологій InsurTech у 2032 р. досягне чистого капіталу в 165,4 млрд дол. з розрахунку простої ринкової вартості в 12,5 млрд дол. в 2021 р.. Зважаючи на це, страхові компанії розширюють свою присутність на ринку завдяки застосуванню цифрових технологій страхування або інфраструктури страхових технологій відповідно до змін економічного середовища. У результаті також налагоджуються партнерські відносини та співпраця з банківськими і фінансовими установами для впровадження нових страхових рішень, вибудовуються довготривалі відносини з споживачами страхових послуг, зокрема через впровадження цифрових страхових послуг [30].

Аналізуючи поради для страхових компаній та етапи персоналізації (табл. 2.3), важливо розглянути кожен етап детальніше. Глибокий аналіз клієнтської бази: першим кроком для страхової компанії є ретельний аналіз даних про своїх клієнтів. Це включає визначення їхніх вподобань, потреб, купівельних звичок та інших ключових характеристик.

Компанія повинна використовувати аналітичні інструменти для обробки великих обсягів даних та виявлення патернів у поведінці клієнтів.

Сегментація аудиторії: після аналізу даних компанія повинна розробити систему сегментації аудиторії. Це означає поділ клієнтів на групи зі схожими характеристиками та потребами. Відповідно до сегментації, страхова компанія може адаптувати свої послуги та пропозиції для кожної групи клієнтів.

Таблиця 2.3

Поради для страхових компаній опираючись на етапи впровадження персоналізації

Етапи впровадження персоналізації	Поради для компаній
Глибокий аналіз клієнтської бази	Визначте вподобання та купівельні звички клієнтів для подальшої індивідуалізації
Сегментація аудиторії	Розробіть ефективну систему сегментації аудиторії на основі зібраних даних
Персоналізація контенту	Забезпечте персоналізований контент на вебсайті та інших каналах комунікації
Індивідуальні пропозиції та знижки	Використовуйте алгоритми для розробки індивідуальних пропозицій та знижок
Мультиканальна стратегія	Забезпечте персоналізований досвід на всіх каналах взаємодії з клієнтами
Аналіз ефективності	Встановіть систему метрик та аналітики для оцінки ефективності стратегій
Захист конфіденційності	Забезпечте високий рівень захисту конфіденційності даних клієнтів
Адаптивний дизайн	Розробіть адаптивний дизайн для забезпечення персоналізованого інтерфейсу
Машинне навчання	Систематично навчайте моделі машинного навчання на нових даних
Залучення клієнтів у процес	Залучайте клієнтів у процес персоналізації, наприклад, через опитування або програми лояльності

Джерело: власна розробка автора.

Персоналізація контенту: важливо, щоб страхова компанія забезпечила персоналізований контент на своєму вебсайті та інших каналах комунікації. Це може включати персоналізовані поради з підбору страхових планів, індивідуальні акції або новини про зміни в страхових полісах.

Індивідуальні пропозиції та знижки: з використанням алгоритмів компанія може розробляти індивідуальні пропозиції та знижки для кожного клієнта. Це може стимулювати клієнтів до збереження страхових полісів або розширення покриття за рахунок персоналізованих пропозицій.

Мультиканальна стратегія: страхова компанія повинна забезпечити персоналізований досвід на всіх каналах взаємодії з клієнтами, включаючи вебсайт, мобільний додаток, електронну пошту та соціальні мережі. Це

допомагає збільшити доступність і зручність для клієнтів у взаємодії з компанією.

Аналіз ефективності: компанія повинна встановити систему метрик та аналітики для оцінки ефективності своїх стратегій персоналізації. Це дозволить вчасно виявляти успішні та невдалі підходи та вносити відповідні корективи.

Захист конфіденційності: забезпечення високого рівня захисту конфіденційності даних клієнтів є надзвичайно важливим для збереження довіри та лояльності клієнтів. Компанія повинна дотримуватися відповідних стандартів безпеки та конфіденційності даних [29].

Після детального аналізу порад для страхових компаній щодо ефективного впровадження персоналізації можна зробити кілька загальних, але детальних висновків (див. табл. 2.3). Ретельний аналіз даних є ключем до успішної персоналізації, адже це дозволяє зрозуміти потреби та вподобання клієнтів. Сегментація аудиторії допомагає уточнити стратегії, розробивши ефективну систему на основі зібраних даних. Персоналізований контент підвищує залученість, створюючи унікальний досвід для кожного клієнта. Індивідуальні пропозиції та знижки стимулюють лояльність, а мультиканальна стратегія забезпечує всебічну взаємодію з клієнтами. Аналіз ефективності дозволяє вдосконалювати стратегії, а залучення клієнтів у процес сприяє взаєморозумінню та кращому врахуванню їхніх потреб і очікувань [29].

Інтеграція Big Data та аналітики в галузі страхування відіграє ключову роль у вдосконаленні процесів прийняття рішень, підвищенні ефективності та конкурентоспроможності страхових компаній. Страхові компанії збирають великі обсяги даних з різних джерел, таких як клієнтські договори, претензійні вимоги, акти огляду майна, медичні документи тощо. Ці дані включають в себе інформацію про клієнтів, ризики, страхові події та інші важливі параметри. Після збору дані проходять через процес обробки, який включає їх очищення, перетворення та структурування. Після цього дані піддаються аналізу за допомогою різноманітних методів та технік аналітики, таких як статистичний аналіз, машинне навчання, інтелектуальний аналіз даних тощо. Цей етап

дозволяє виявити залежності, тренди та патерни в даних, що є ключовим для прийняття обґрунтованих рішень.

Результати аналізу даних допомагають страховим компаніям краще зрозуміти ризики, з якими вони зіштовхуються, і вживати відповідних заходів для їх управління.

Наприклад, аналітика може допомогти визначити ризик неблагополуччя в певних географічних районах або категоріях клієнтів та вжити заходів для зменшення цього ризику.

На основі аналізу даних страхові компанії можуть розробляти персоналізовані продукти та послуги, які відповідають унікальним потребам та характеристикам кожного клієнта. Це дозволяє підвищити задоволеність клієнтів та збільшити їх лояльність до компанії. Аналітика дозволяє страховим компаніям робити точні прогнози щодо майбутніх трендів та подій на ринку, що допомагає їм розробляти стратегії для максимізації свого успіху в майбутньому.

У контексті військового конфлікту, інтеграція Big Data та аналітики стає ще більш важливою, оскільки дозволяє швидко реагувати на зміни у ринкових умовах та вимогах клієнтів, а також ефективно управляти ризиками, пов'язаними з нестабільною ситуацією [31].

Відповідно до звіту Національної комісії з питань регулювання зв'язку кількість активних абонентів мобільного зв'язку в Україні за 2022 рік зменшилася майже на 12%, що є результатом бойових дій і виїздом населення закордон. Зафіксоване зменшення активованих карток мобільного зв'язку на 6,6 мільйонів до 49,3 мільйона активних сім-карт на кінець 2022 року. Велика частка населення використовує декілька номерів мобільного зв'язку. Обробка даних за допомогою технології BigData надає результат на кінець 2022 року – 143 картки на 100 жителів.

Вже сьогодні достатньо багато послуг у сфері Big Data є доступним для банків і страховиків (табл. 2.4 та рис. 2.6).

Таблиця 2.4

**Послуги, що надаються мобільними операторами
у сфері Big Data**

Послуга	Зміст та можливості для використання у банківському і страховому маркетингу
Фінансовий скоринг	Автоматична оцінка клієнта за допомогою аналізу мобільного номера та надання відповідного скорингового балу для прийняття рішення про надання фінансової послуги.
Таргетована реклама	Формування та подача рекламних пропозицій з урахуванням уподобань та інших характеристик потенційних клієнтів, що дозволяє залучати їх до банківських та страхових послуг.
Аналіз клієнтів	Вивчення уподобань, намірів та споживчих звичок клієнтів для розробки нових або модернізації існуючих банківських та страхових послуг.
Модель Look-a-like	Пошук нових клієнтів, схожих за характеристиками на існуючих, з використанням аналізу їхньої активності в Інтернеті, покупок та інших дій, що дозволяє розширити клієнтську базу.
Точна геоаналітика	Аналіз привабливості локацій для цільової аудиторії та оптимізація розташування офісів банківських та страхових установ для максимального залучення клієнтів.
Геопортал	Розширена система геолокації з інтерактивною картою територій, що дозволяє обирати аудиторію для маркетингових заходів з врахуванням масивів даних та географічних особливостей.

Джерело: складено автором за даними [32].

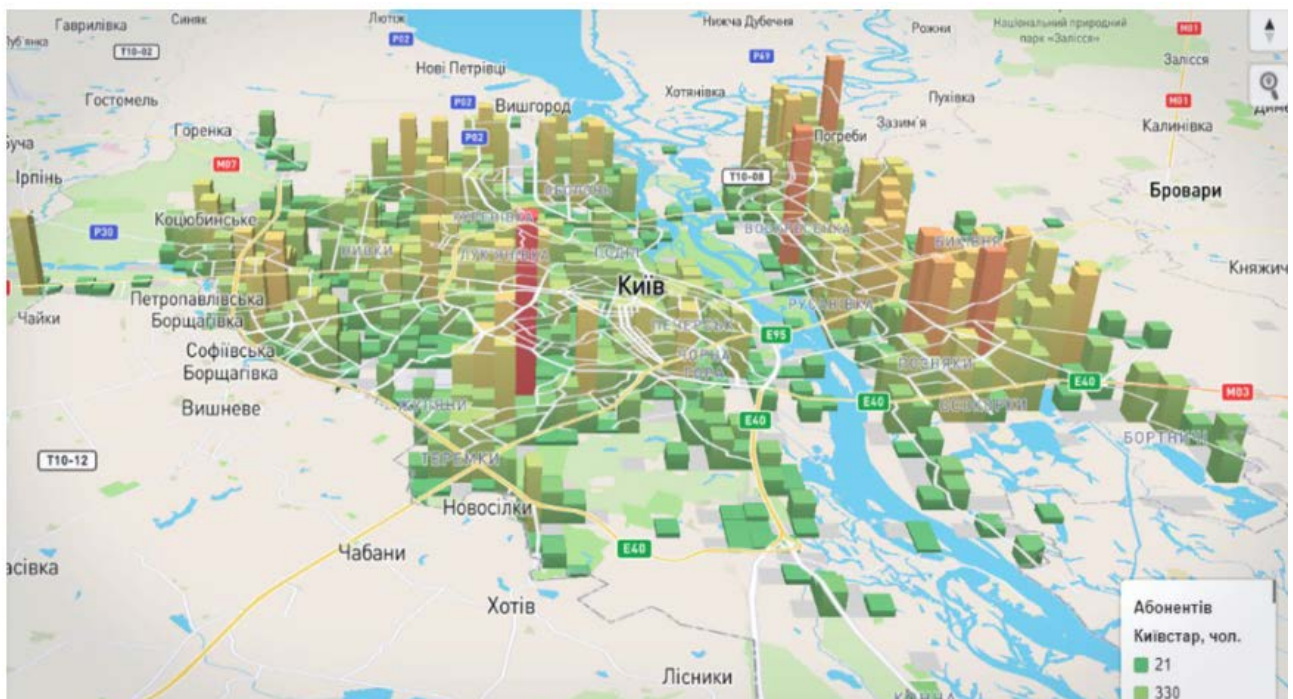


Рис. 2.6 Приклад теплової карти для геопорталу м. Київ від Київстар
Джерело: [32].

Використання технології Big Data в організації діяльності банків і

страхових компаній звісно не може замінити традиційні методи. Тому мова йде про поєднання Big Data із зазначеними методами і досягнення за рахунок цього синергетичного ефекту.

З метою оцінки впливу цифровізації в страхуванні, включаючи використання Big Data, компанією McKinsey було проведено аналіз різних секторів страхового бізнесу у провідних страхових компаніях Європи та Сполучених Штатів. Цей аналіз охопив такі аспекти, як андеррайтинг, актуарні розрахунки, обробка претензій та фінансові операції. Дослідження показало, що протягом наступних десяти років можливе автоматизування від 10 до 55 відсотків згаданих функцій (рис. 2.7).

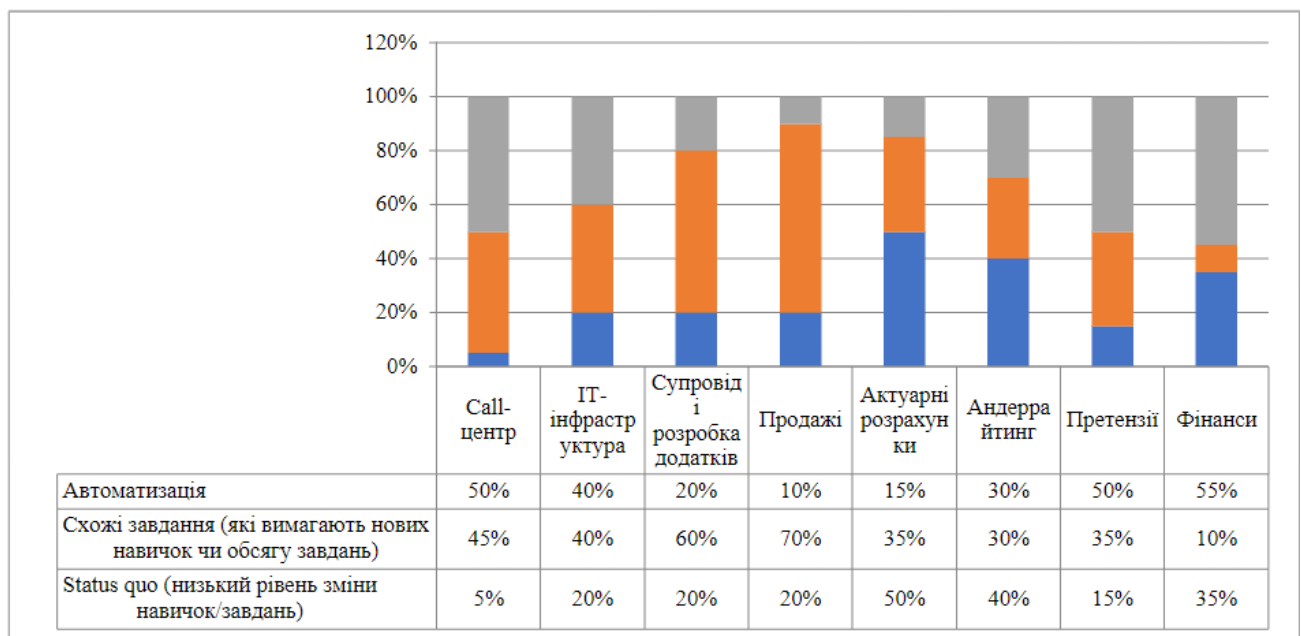


Рис. 2.7. Функції страховиків, які будуть автоматизовані упродовж наступних 10 років

Джерело: [34].

Дані McKinsey свідчать, що до 55% внутрішніх процесів страхових компаній можуть бути автоматизовані протягом наступного десятиліття. Це включає такі процеси, як оцінка ризиків, обробка заявок на страхування, фінансові операції та інші. Використання Big Data та штучного інтелекту дозволить автоматизувати до третини робочих позицій, пов'язаних з андеррайтингом. До того ж, ще 30% андеррайтерів будуть активно використовувати цифрові інструменти та співпрацюватимуть з аналітиками

даних для більш точного аналізу та управління ризиками. Цей глобальний тренд також стає актуальним для України, де перший етап цифрової трансформації страхування вже активно розвивається. Більшість провідних українських страхових компаній вже впровадили свої інноваційні цифрові продукти або активно працюють над їхнім розвитком.

Однак, кожна галузь економічної діяльності має свої відмінності. Наприклад, використання чат-ботів для продажу стандартизованих страхових послуг є поширеною практикою, але не є перспективним в програмах зі страхування життя. Під час укладення довгострокових договорів зі страхування життя потенційні клієнти віддають перевагу спілкуванню з фінансовими консультантами. Українська фінансова індустрія зацікавлена в упровадженні практик Big Data та машинних алгоритмів. З боку страхових компаній з'являється потреба в об'єднанні даних для здійснення андерайтингу та використання результатів для розробки маркетингових продуктів в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення. Банки також потребують аналітики для визначення фінансової потреби у коштах для надання кредитів, наприклад, для масованого відновлення інфраструктури [32].

Українська фінансова індустрія зацікавлена в упровадженні практик Big Data та машинних алгоритмів. З боку страхових компаній з'являється потреба в об'єднанні даних для здійснення андерайтингу та використання результатів для розробки маркетингових продуктів в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення. Банки також потребують аналітики для визначення фінансової потреби у коштах для надання кредитів, наприклад, для масованого відновлення інфраструктури.

Отже, цифровізація страхового ринку України – це складний, але перспективний процес, який має всі шанси зробити українську страхову індустрію однією з найсучасніших та найефективніших у світі. Важливо, щоб цифровізація страхування здійснювалася з урахуванням потреб та інтересів клієнтів. Страхові компанії повинні ставити клієнтів у центр своєї діяльності та розробляти цифрові рішення, які відповідають їхнім очікуванням.

РОЗДІЛ 3. ПЕРЕВАГИ ТА РИЗИКИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СТРАХУВАННЯ

3.1. Ризики цифровізації страхування та шляхи їх мінімізації

Управління ризиками цифровізації страхування є ключовим завданням для сучасних страхових компаній. При впровадженні цифрових технологій необхідно урахувати ряд важливих аспектів, щоб забезпечити стабільність та успішність бізнесу.

По-перше, ризик зворотного розвитку технологій потребує постійного вдосконалення та оновлення систем для відповідності актуальним вимогам. Крім того, кібербезпека та конфіденційність даних вимагають постійного моніторингу та застосування заходів для захисту від цифрових загроз [36].

Недостатнє використання аналітики даних може призвести до неправильних стратегій прийняття рішень та недооцінки ризиків, тому необхідно активно використовувати аналітичні інструменти для прогнозування та управління ризиками. Додатково, необхідно враховувати непередбачувані наслідки інновацій та готуватися до можливих змін у споживчому поведінці та конкурентному середовищі [34].

Законодавчі та регуляторні ризики також потребують уваги, оскільки зміни в законодавстві можуть вплинути на вимоги до цифрових систем та процедур збереження даних. Крім того, необхідно розглядати кадрові ризики, такі як недостатні навички та низький рівень кадрової кваліфікації, і розвивати відповідні навички серед персоналу [37].

Незважаючи на потенційні ризики, цифрова трансформація в страховому бізнесі може призвести до значного покращення ефективності та конкурентоспроможності компаній. Відповідне управління ризиками та уважне врахування найважливіших аспектів допоможуть забезпечити успішне впровадження цифрових технологій та досягнення стратегічних цілей компанії.

Управління ризиками цифровізації страхування включає в себе ризик

зворотного розвитку технологій, кібербезпеку та конфіденційність даних, на жаль, недостатнє використання аналітики даних та несумісність технологій. Або відмову системи. Також існують кадрові ризики, законодавчі, регуляторні ризики, непередбачувані наслідки інновацій та незадовільна підтримка клієнтів, яка впливає на ризик репутації [38].

Ризик зворотного розвитку технології в контексті цифровізації страхового бізнесу відноситься до можливості втрати вигод або навіть негативного впливу внаслідок застосування сучасних цифрових технологій. Одним з основних аспектів цього ризику є можливість швидкого застаріння використовуваних технологій. Технологічний прогрес постійно швидко розвивається, і те, що сьогодні є інновацією, завтра може застаріти. Це може призвести до потреби постійного оновлення або модернізації існуючих систем. Якщо конкуренти успішно впроваджують нові технології, а ваша компанія відстає або не може відповісти на ці зміни, це може призвести до втрати конкурентної переваги на ринку. Великі інвестиції в цифрові технології, які потребують постійного оновлення, можуть призвести до фінансових витрат. Якщо технологія виявиться неефективною або застарілою, це може призвести до значних втрат коштів для компанії. В разі невдалого впровадження цифрових технологій можливість виникнення проблем з автоматизацією бізнес-процесів. Це може призвести до затримок у роботі, погіршення обслуговування клієнтів та негативного впливу на репутацію компанії. Якщо впроваджені технології не відповідають очікуванням клієнтів або працюють неефективно, це може призвести до втрати довіри споживачів до бренду і перехід до конкурентів [39].

Кібербезпека та конфіденційність даних є критично важливими аспектами у цифровізації страхового бізнесу. Страхові компанії зберігають великі обсяги конфіденційної і чутливої інформації про своїх клієнтів, такі як особисті дані, фінансова інформація та медичні записи. Це робить їх привабливими цілями для кіберзлочинців, які можуть спробувати зламати системи для доступу до цих даних. Навіть найсильніші захисні заходи не гарантують повну безпеку від витоку інформації. Якщо страхова компанія стає жертвою кібератаки або

внутрішнього порушення безпеки, це може призвести до витоку конфіденційних даних клієнтів, що загрожує їхній приватності та порушує віру в компанію [39].

Порушення кібербезпеки може призвести до серйозних фінансових втрат для страхової компанії. Витрати на відшкодування клієнтам, реставрацію даних та відновлення роботи систем можуть бути значними. Крім того, такі інциденти можуть суттєво підірвати репутацію компанії та викликати втрату довіри клієнтів і інвесторів. У багатьох країнах існують строгі правові вимоги щодо захисту особистих даних клієнтів, таких як Загальний регламент про захист персональних даних (GDPR) в Європейському Союзі. Порушення цих вимог може призвести до значних штрафів та судових позовів. Кіберзлочинці постійно шукають нові способи вторгнутися в системи, тому страховим компаніям постійно потрібно вдосконалювати свої захисні заходи та моніторити загрози. У багатьох випадках страхові компанії співпрацюють з іншими фінансовими установами або технологічними партнерами, які мають доступ до їхніх систем або даних. Неналежний захист даних цих сторонніх партнерів може також стати джерелом ризику для компанії. Загалом, забезпечення кібербезпеки та конфіденційності даних є критично важливим завданням для страхових компаній в цифрову еру [40].

Недостатнє використання аналітики даних може стати серйозним ризиком для страхових компаній у контексті цифрової трансформації. Компанії, які не використовують аналітику даних ефективно, ризикують втратити конкурентну перевагу. Аналітика даних дозволяє зрозуміти потреби та поведінку клієнтів, виявити нові можливості для покращення послуг і здійснення ефективних стратегій маркетингу. Недостатня аналітика може призвести до прийняття неефективних рішень. Відсутність чіткого розуміння даних може призвести до неправильних стратегій ризик-менеджменту, недооцінки ризиків та недоцільних інвестицій. Аналітика даних дозволяє виявити можливості для оптимізації процесів управління ризиками та ефективного використання ресурсів. Недостатнє використання аналітики може призвести до упущення цих можливостей та зниження продуктивності. Брак аналітичних засобів може

призвести до недооцінки ризиків, зокрема тих, які пов'язані зі змінами в економіці, законодавстві, технологіях або поведінці клієнтів. Це може призвести до неприпустимих фінансових втрат або втрати довіри клієнтів. В умовах ринку, що швидко змінюється, страхування недостатнє використання аналітики даних може призвести до того, що компанія не зможе ефективно адаптуватися до нових тенденцій та вимог ринку. Аналітика даних дозволяє страховим компаніям створювати персоналізовані продукти та послуги для клієнтів. Недостатнє використання цих знань може призвести до втрати можливостей для індивідуального підходу до клієнтів і втрати їхньої лояльності. Дані страхових компаній мають великий потенціал для аналізу та використання у прийнятті стратегічних рішень. Недостатнє використання цього потенціалу може призвести до втрати можливостей для інновацій та розвитку бізнесу. Загалом, ефективне використання аналітики даних є ключовим для успішної цифрової трансформації страхового бізнесу і управління ризиками, пов'язаними з цим процесом [39].

Несумісність технологій - це ризик, пов'язаний з тим, що різні цифрові системи, програми або пристрої, використовувані в страховій компанії, можуть не співпрацювати ефективно між собою або з іншими системами, які вони повинні обробляти або інтегрувати. Це може призвести до ряду проблем, таких як неправильна передача даних, втрата інформації, неефективні процеси або збої в роботі. Детальніше, несумісність технологій може виникнути з різниці у форматах даних, протоколах комунікації, архітектурі програмного забезпечення, рівні сумісності між обладнанням та програмним забезпеченням тощо.

Наприклад, якщо одна система використовує стандартні формати даних, а інша - власні формати, це може призвести до проблем з інтеграцією та обміном інформацією між ними. У страхуванні, де обробка великих обсягів даних і забезпечення безпеки є важливими, несумісність технологій може стати перешкодою для ефективного управління ризиками та надання якісної обслуговування клієнтів.

Наприклад, якщо система управління клієнтами не може взаємодіяти з

системою обліку збитків через несумісність їхніх інтерфейсів або архітектур, це може призвести до затримок у вирішенні збитків або неправильному обліку даних. Для управління цим ризиком страхові компанії повинні ретельно аналізувати технологічний стек, який вони використовують, та забезпечувати сумісність між системами шляхом вибору сумісних технологій, використання стандартних протоколів та форматів даних, а також ретельного планування та тестування перед впровадженням нових систем або оновленням існуючих. Також важливо мати механізми моніторингу та підтримки для виявлення та вирішення проблем несумісності в найшвидший спосіб [38].

Відмова системи є серйозним ризиком у цифровому середовищі страхових компаній. Цей ризик означає втрату або призупинення функціонування цифрової системи або компонентів, які використовуються для управління різними аспектами страхової діяльності. Відмова системи може виникнути з різних причин і мати серйозні наслідки для бізнесу. Основні причини відмови системи включають технічні проблеми, програмні помилки, кібератаки, неправильне використання або недостатнє навчання персоналу, природні катастрофи, а також вікове застаріння обладнання та програмного забезпечення. Навіть найбільш сучасні і надійні системи не є імунними від відмов, тому їх необхідно систематично перевіряти та підтримувати. Наслідки відмови системи можуть бути різними і включати втрату даних, призупинення обслуговування клієнтів, збої в роботі бізнес-процесів, фінансові втрати, порушення законодавства та негативний вплив на репутацію компанії.

Наприклад, відмова системи для управління клієнтською базою може призвести до втрати даних про клієнтів та неможливості надавати їм послуги, що може призвести до втрати довіри та клієнтів. Для управління цим ризиком страхові компанії повинні вживати ряд заходів. Вони включають в себе регулярне резервне копіювання даних, використання надійних систем резервного живлення та відновлення, впровадження програм забезпечення для виявлення та запобігання кібератакам, планування та проведення тренувань з персоналом щодо дій у випадку відмови системи, а також постійного

моніторингу та оновлення систем та обладнання для забезпечення їхньої надійності та ефективності. Також важливо мати план відновлення після відмови системи, який включає в себе процедури відновлення даних та відновлення робочих процесів для мінімізації впливу відмови на бізнес [38].

Кадрові ризики в цифровізації страхового бізнесу включають в себе широкий спектр потенційних проблем, пов'язаних з персоналом компанії. Ці ризики можуть виникнути як внаслідок технічних та технологічних аспектів цифрової трансформації, так і внаслідок людських факторів. Перехід до цифрових технологій може вимагати від персоналу нових знань та навичок, які можуть бути відсутніми в компанії. Наприклад, спеціалісти з традиційних галузей страхування можуть потребувати навчання в галузі аналітики даних або цифрових технологій. Непропорційне або неефективне розподілення кадрових ресурсів може призвести до нерівномірного розвитку проектів цифрової трансформації. Наприклад, якщо компанія має недостатню кількість кваліфікованих ІТ-спеціалістів, це може уповільнити впровадження нових цифрових ініціатив. Зміни в бізнес-моделі та процесах, пов'язаних з цифровою трансформацією, можуть призвести до стресу серед персоналу та його небажаної втрати. Це особливо стосується працівників, які відчують нестабільність або невпевненість у майбутньому. Цифрова трансформація може створити конфлікт між традиційною культурою компанії та новими цифровими цінностями та підходами. Важливо забезпечити, щоб цифрова стратегія була відповідною до цілей та цінностей організації та щоб персонал був готовий прийняти зміни. Відсутність чіткого керівництва та відповідальності за цифрові ініціативи може призвести до затримок та невдач у процесі цифрової трансформації. В свою чергу, цифрова трансформація може підвищити ризик порушення конфіденційності та безпеки даних, особливо якщо персонал недооцінює важливість заходів безпеки та не здатний ефективно захищати інформацію. Втрата досвіду та знань через зміни в персоналі може призвести до втрати важливої інституційної пам'яті компанії, що може ускладнити впровадження та управління новими цифровими системами та процесами. Недостатня підтримка

та менторинг з боку власників бізнесу або керівництва може ускладнити адаптацію персоналу до цифрових змін та обмежити їхню успішність у новому цифровому середовищі. Конкуренція за талановитих ІТ-фахівців у сфері страхування може бути важкою, особливо для менших або менш відомих компаній, що може призвести до недостатньої кількості кваліфікованого персоналу для реалізації цифрових проєктів. Кадрові зміни можуть впливати на продуктивність та ефективність компанії. Наприклад, надмірна ротація персоналу може створити перешкоди для стабільного впровадження цифрових ініціатив та спричинити стрес для працівників. Управління кадровими ризиками в цифровізації страхового бізнесу вимагає систематичного аналізу, планування та впровадження стратегій, спрямованих на залучення, розвиток та збереження кваліфікованого персоналу, а також на підтримку змін в культурі організації та лідерства [37].

Законодавчі та регуляторні ризики в цифровізації страхового бізнесу включають в себе потенційні проблеми, пов'язані зі змінами в законодавстві та нормативних вимогах, які можуть впливати на діяльність страхових компаній. Зміни в законодавстві, які регулюють страховий сектор та обробку особистих даних, можуть вимагати від компаній внесення змін у свої практики та процедури. Наприклад, введення нових законів про захист даних може вимагати від компаній розробки нових політик щодо збереження та обробки інформації клієнтів. Регулятори можуть встановлювати обов'язкові вимоги щодо використання та застосування цифрових технологій у страховій справі. Наприклад, можуть бути введені вимоги щодо застосування шифрування даних або стандартів безпеки для захисту конфіденційності клієнтів. Законодавство про захист даних може посилювати вимоги до компаній стосовно захисту особистої інформації клієнтів. Це може означати не лише введення додаткових заходів безпеки, але й збільшення відповідальності за порушення конфіденційності даних. Невідповідність регуляторним вимогам у сфері цифрової безпеки та обробки даних може призвести до штрафів та санкцій від регуляторів. Це може значно позначитися на репутації та фінансовому стані

компанії. Швидкі зміни в регуляторному середовищі можуть створювати непередбачуваність для страхових компаній, що ускладнює планування та впровадження цифрових ініціатив. Регулятори можуть встановлювати високі стандарти щодо захисту конфіденційності при обробці особистих даних, що вимагає від компаній розробки та впровадження ефективних заходів безпеки. Законодавство може встановлювати вимоги щодо етичного використання даних, особливо в контексті використання штучного інтелекту та аналітики даних у прийнятті рішень. Управління цими ризиками вимагає постійного моніторингу змін у законодавстві та регуляторному середовищі, а також активної співпраці з відповідними регуляторними органами для забезпечення відповідності з правилами та вимогами. Також важливо розробляти та впроваджувати внутрішні політики та процедури, спрямовані на забезпечення відповідності законодавчим вимогам та зниження ризиків [38].

Непередбачувані наслідки інновацій у страховому секторі виникають внаслідок впровадження нових технологій та стратегій, які можуть мати неочікувані ефекти на бізнес та його стейкхолдерів. Інновації можуть стати причиною несумісності зі старими системами та процесами у страхових компаніях. Це може викликати проблеми з інтеграцією нових технологій та процесів у вже існуючі системи, що може призвести до збоїв у роботі та втрати ефективності. Впровадження нових цифрових технологій може збільшити ризик порушення конфіденційності даних та кібератак.

Наприклад, збільшення обсягу збереження та обробки даних може зробити компанії більш вразливими перед кіберзлочинцями та іншими загрозами. Впровадження нових технологій може вимагати нових навичок та знань у персоналу страхової компанії. Недостатня підготовка персоналу може призвести до недооцінки можливих ризиків та неправильного використання нових інструментів. Інновації в області аналізу даних та штучного інтелекту можуть винести на поверхню етичні питання, пов'язані зі збором та використанням особистої інформації клієнтів. Нелогічне або неправомірне використання даних може призвести до негативної реакції споживачів та ризику порушення

законодавства. При впровадженні нових технологій і стратегій страхові компанії можуть недооцінити потенційні ризики, пов'язані з цими змінами. Наприклад, нові продукти або послуги можуть мати несподівані фінансові чи репутаційні наслідки, які не були передбачені на етапі розробки. Інновації завжди несуть певний ризик невдалих інвестицій. Витрати на дослідження та розробку нових технологій можуть не виправдатися, якщо ринкові умови або споживчі вподобання не відповідатимуть очікуванням. Управління цими ризиками вимагає уважного аналізу потенційних наслідків перед впровадженням нових технологій або стратегій та прийняття відповідних заходів для мінімізації ризиків і їх контролю.

Незадовільна підтримка клієнтів є серйозним ризиком у контексті цифрової трансформації страхового сектора. Перехід до цифрових технологій може призвести до зміни способу взаємодії між клієнтами та страховими компаніями. Якщо цей процес не супроводжується належними комунікаційними стратегіями, клієнти можуть відчувати недоліки у доступності та зрозумілості інформації, що може призвести до незадоволення та відповідно до втрати лояльності. Несправність цифрових систем або програмного забезпечення може призвести до тимчасової недоступності сервісів для клієнтів. Це може викликати негативні емоції та незадоволення у клієнтів, особливо якщо проблеми тривають тривалий час або виникають повторно. Хоча цифрові технології надають більше можливостей для персоналізації послуг, недостатнє використання цих можливостей може призвести до враження, що компанія не приділяє достатньо уваги індивідуальним потребам клієнтів. Це може призвести до незадоволення та втрати лояльності. Клієнти можуть мати високі очікування щодо якості обслуговування та швидкості вирішення питань через використання цифрових технологій. Якщо страхова компанія не зможе відповісти на ці очікування, це може призвести до різкого падіння задоволеності клієнтів. Завдяки цифровим технологіям, взаємодія клієнта з компанією може стати менш персональною та відчутною. Якщо клієнти відчують відсутність емоційного зв'язку або підтримки зі сторони компанії, це може вплинути на їх задоволеність та лояльність.

Управління ризиком незадовільної підтримки клієнтів передбачає використання ефективних комунікаційних стратегій, вдосконалення технічної інфраструктури та забезпечення високого рівня персоналізації та підтримки [36].

Ризик репутації є важливим аспектом управління ризиками цифровізації страхового сектора. Одні з найбільш вразливих моментів для страхових компаній - це негативні відгуки та погані рейтинги в Інтернеті. Це може стати наслідком неправильного вирішення скарг або проблем у процесі обслуговування, а також недостатньої відкритості та комунікації з клієнтами. Кібератаки, які призводять до витоку конфіденційної інформації клієнтів, можуть серйозно пошкодити репутацію страхової компанії. Це може спричинити втрату довіри клієнтів та втрату підтримки інвесторів. У випадку кризових ситуацій, таких як кібератаки, порушення даних або непередбачені події, недоцільна або неефективна реакція може поглибити ризик репутації. Недостатня комунікація або відсутність дієвих заходів для відновлення довіри можуть призвести до серйозних наслідків для компанії. Клієнти дуже цінують свою конфіденційність та безпеку своїх даних. Якщо страхова компанія порушує ці принципи через недбале управління кібербезпекою або неефективну обробку особистих даних, це може призвести до втрати довіри та репутації. Репутація страхової компанії є важливою складовою її бренду. Негативна репутація може негативно вплинути на сприйняття бренду клієнтами та громадськістю загалом, що може призвести до зменшення впізнаваності та конкурентоспроможності. Інвестори також дуже уважно ставляться до репутації компанії. Негативна репутація може вплинути на їх рішення інвестувати в компанію або утриматися від цього, що може призвести до фінансових втрат та інших проблем для компанії [39].

Цифрова трансформація означає перетворення бізнес-процесів за допомогою цифрових технологій, що значно впливають на споживчу поведінку через швидкість обробки інформації та інноваційні методи управління.

InsurTech вдосконалює процес регулювання збитків, забезпечуючи краще обслуговування клієнтів. Цифрові технології поліпшують управління ідентифікацією клієнтів та забезпечують збір необхідної інформації для

виявлення та обміну даними про шахрайство. Крім того, вони допомагають страховим компаніям приймати більш ефективні рішення щодо інвестицій [38].

Для успішної конкурентоспроможності на ринку страхування необхідно визначити фактори, які стимулюють зростання інтересу до цифрових технологій у цій галузі та сприяють їхньому розвитку. Такий аналіз дозволить ефективно впроваджувати нові технології та забезпечувати успішну адаптацію до змін у галузі страхування. Тому у табл. 3.1 наведемо чинники, що стимулюють зростання інтересу до цифрових технологій у сфері страхування.

Таблиця 3.1

Чинники, що стимулюють зростання інтересу до цифрових технологій у сфері страхування

Чинник	Значення
Зростання потреб клієнтів	Сучасні клієнти мають високі очікування щодо швидкості, зручності, персоналізації в обслуговуванні, що стимулює компанії використовувати технології для покращення послуг.
Зростання обсягу даних	Велика кількість доступних даних дозволяє страховим компаніям використовувати аналітичні технології для розуміння ризиків, оцінки клієнтських потреб та прогнозування збитків.
Розвиток штучного інтелекту	Штучний інтелект допомагає автоматизувати процеси підписання полісів, оцінювання ризиків та врегулювання збитків, що підвищує ефективність та знижує витрати.
Цифрова безпека	Зростання цифрових загроз стимулює страхові компанії вдосконалювати свої системи цифрової безпеки та захисту даних клієнтів.
Нормативно-правове регулювання	Нові правила, впроваджені регуляторами, змушують страхові компанії використовувати цифрові технології для дотримання нормативних вимог.
Інвестування	Доступ до фінансування та інвестицій грає важливу роль у розвитку InsurTech, оскільки це дозволяє їм впроваджувати нові технології та розширювати свої послуги.

Джерело: власна розробка автора.

Загальний висновок щодо управління ризиками цифровізації страхування полягає в тому, що необхідно вживати комплексних заходів для мінімізації можливих загроз і забезпечення стійкості бізнесу (табл. 3.2)

Таблиця 3.2

**Заходи для мінімізації ризиків
цифровізації страхування**

Загальний ризик	Опис заходу
Ризик зворотного розвитку технологій	Систематична оцінка та оновлення технологічних рішень
Кібербезпека та конфіденційність даних	Інвестування в кібербезпеку, організація навчань з кібербезпеки, захист конфіденційної інформації
Недостатнє використання аналітики даних	Проведення аналізу великих даних, розробка та впровадження аналітичних рішень
Несумісність технологій	Вибір сумісних технологій та стандартів, розробка інтеграційних рішень
Законодавчі та регуляторні ризики	Співпраця з юридичними консультантами, виконання вимог регуляторів
Непередбачені наслідки інновацій	Ретельне планування, розробка сценаріїв та реагування на зміни
Незадовільна підтримка клієнтів	Посилення комунікації з клієнтами, вдосконалення сервісу та підтримки
Ризик репутації	Інвестування в кібербезпеку, планування кризових ситуацій, ефективна комунікація

Джерело: власна розробка автора.

Отже, можна зробити висновок, що застосування цих заходів допомагає страховим компаніям по всьому світу успішно долати ризики, пов'язані з цифровізацією, та забезпечить стабільну та безпечну діяльність в умовах швидкозмінюваного технологічного середовища. Страхові компанії, які готові до змін та активно впроваджують цифрові технології, будуть мати конкурентну перевагу в майбутньому.

3.2. Перспективи розвитку процесів цифровізації страхування в Україні

Першочерговою метою цифровізації української економіки є перетворення існуючих галузей на більш ефективні та економічно вигідні. Для досягнення цієї мети необхідно усунути різноманітні бар'єри, які перешкоджають розвитку цифрової економіки, такі як законодавчі, інституційні, фіскально-податкові та інші обмеження. Для забезпечення доступності цифрових технологій важливо розглянути декілька аспектів. По-перше, потрібно забезпечити вільний доступ до відповідних цифрових ресурсів. По-друге, важливо забезпечити можливість отримання необхідної та вичерпної фінансово-економічної інформації. Забезпечення таких умов і стимулів допоможе мотивувати бізнес до широкого використання цифрових технологій [43].

Цифровізація економіки передбачає значні зміни в традиційних принципах бізнесу та нормах, які висуваються до інформаційних технологій, маркетингового комплексу, облікових та управлінських систем. Водночас цифровізація створює численні переваги для національної економіки, такі як покращення якості послуг та розв'язання проблем у різних сферах господарювання.

Крім того, цифровізація сприяє зростанню доступу мешканців різних регіонів до знань, що є ключовим фактором конкурентоспроможності на ринку праці. Можливості та загрози цифрової економіки сприяють покращенню економічного становища регіону (країни). Наприклад, розвиток Інтернет-середовища та онлайн-освіти може значно зменшити розрив у якості освіти між різними регіонами країни та зробити жителів віддалених районів більш конкурентоспроможними [29].

Незважаючи на високу доступність підключення до Інтернету в Україні, розвиток онлайн-освіти все ще перебуває на початковій стадії свого розвитку.

Перспективи розвитку цифровізації в галузі страхування включають ряд інноваційних та технологічних змін, які можуть значно змінити спосіб, яким страхові компанії надають свої послуги і взаємодіють з клієнтами. В Україні,

подивившись на загальну картину, ми можемо говорити про ряд напрямів, які демонструють, що цифровізація відкриває нові можливості для страхових компаній, дозволяючи їм покращити якість обслуговування, зменшити витрати та ризики, а також адаптуватися до змін у сучасному цифровому середовищі. Це такі як:

1. Цифрові продукти та послуги: Розвиток цифрових продуктів і послуг, таких як онлайн-поліси, мобільні додатки для управління полісами, електронні системи зв'язку з клієнтами та онлайн-платформи для укладення угод, спрощує процеси страхування та робить їх більш доступними.

2. Інтеграція Big Data та аналітики: Використання великих обсягів даних для аналізу ризиків, виявлення змін у підписаннях полісів, покращення актуарних розрахунків та персоналізації продуктів страхування.

3. Штучний інтелект та машинне навчання: Впровадження AI для автоматизації процесів в різних сферах страхування, включаючи підтримку клієнтів, оцінку ризиків, управління шкодами та розробку нових продуктів.

4. Інтернет речей (IoT): Використання IoT-девайсів для збору даних про стан майна або транспортних засобів, що дозволяє страховим компаніям пропонувати індивідуально налаштовані тарифи та послуги з попередження шкоди.

5. Кіберстрахування: Розвиток страхування кіберзагроз, яке відповідає на зростаючі загрози кібератак для бізнесів та приватних осіб.

6. Блокчейн технології: Використання блокчейну для підвищення ефективності та безпеки процесів управління полісами, зменшення шахрайства та спрощення міжнародних транзакцій.

7. Цифрова ідентифікація та біометрія: Використання цифрових технологій для впровадження безпечних та зручних методів ідентифікації клієнтів, що допомагає уникнути шахрайства та зменшити ризики [45].

Цифрові продукти та послуги в галузі страхування є ключовими складовими цифрової трансформації, що прискорюються через військовий конфлікт. З введенням цифрових технологій, страхові компанії надають клієнтам

можливість укладення полісів та управління ними через онлайн-платформи та мобільні додатки. Це дозволяє клієнтам отримувати доступ до страхових послуг з будь-якого місця та в будь-який час, що стає особливо важливим у період військового конфлікту, коли можуть виникнути несподівані ситуації, що вимагають негайного звернення за допомогою. Війна призводить до збільшення попиту на комунікаційні послуги, включаючи системи зв'язку з клієнтами від страхових компаній. Це може означати розвиток чат-ботів, онлайн-чатів та інших електронних каналів зв'язку, що допоможуть клієнтам отримувати швидко та ефективно підтримку у разі потреби. Цифрові технології також дозволяють страховим компаніям створювати онлайн-платформи для укладання угод з клієнтами та партнерами. Це спрощує процес укладання угод, зменшує адміністративні витрати та підвищує доступність страхових послуг для населення. У зв'язку з підвищеним попитом на безпеку та захист даних, страхові компанії можуть активніше впроваджувати цифрові технології ідентифікації, такі як біометричні системи аутентифікації та ідентифікації за допомогою відбитків пальців або обличчя. Це допоможе забезпечити високий рівень захисту особистих даних клієнтів і зменшити ризики кібератак та шахрайства [45].

Впровадження штучного інтелекту (AI) для автоматизації процесів в різних сферах страхування має великий потенціал у покращенні ефективності та точності дій. Він включає в себе широкий спектр застосувань, таких як підтримка клієнтів, оцінка ризиків, управління шкодами та розробка нових продуктів. У сфері підтримки клієнтів, системи AI можуть використовуватися для автоматизації обробки запитів, відповідей на питання та надання консультацій через чат-ботів або голосових асистентів. Це дозволить знизити час очікування клієнтів і поліпшити їхнє задоволення від обслуговування. У сфері оцінки ризиків, системи машинного навчання можуть аналізувати великі обсяги даних, включаючи історичні дані про страхові випадки та характеристики клієнтів, для прогнозування ризиків та встановлення відповідних премій. Управління шкодами також може перемагати від застосування штучного інтелекту, оскільки системи AI можуть автоматизувати процеси відшкодування, включаючи оцінку

збитків, обробку заявок та вирішення претензій. Щодо розробки нових продуктів, AI може використовуватися для аналізу потреб ринку та прогнозування тенденцій, що допомагає страховим компаніям створювати інноваційні та конкурентоспроможні продукти. У подальшому, розвиток AI в сфері страхування очікується в напрямку постійного вдосконалення алгоритмів та збільшення автоматизації процесів. Прогнозується, що системи штучного інтелекту будуть використовуватися для здійснення більш складних аналітичних завдань, таких як прогнозування ризиків з використанням біг даних, і для покращення персоналізованого обслуговування клієнтів [35].

Використання Інтернету речей (IoT) в страхуванні відкриває нові можливості для страхових компаній у зборі та аналізі даних. Зокрема, за допомогою IoT-девайсів, які встановлюються на майно або транспортні засоби клієнтів, можна здійснювати постійний моніторинг їх стану. Це дозволяє страховим компаніям отримувати реальні дані про використання майна або транспортних засобів, такі як стан технічного обладнання, режими руху, швидкість, рівень споживання енергії тощо. Зібрані дані аналізуються за допомогою алгоритмів машинного навчання та штучного інтелекту для виявлення потенційних ризиків та передбачення можливих небезпечних ситуацій. На основі цих даних страхові компанії можуть розробляти індивідуально налаштовані тарифи та послуги для своїх клієнтів. Наприклад, якщо IoT-девайс виявляє, що водій автомобіля дотримується правил дорожнього руху та уникає небезпечних ситуацій, страхова компанія може пропонувати знижені страхові премії. З іншого боку, якщо виявлено потенційний ризик, наприклад, погані звички водіння, можна запропонувати додаткові послуги або рекомендації щодо безпеки. Такий підхід дозволяє страховим компаніям більш точно оцінювати ризики та керувати ними, а також підвищує задоволення клієнтів від отриманих послуг. У подальшому розвитку цей підхід до страхування може стати стандартним, особливо в контексті швидкого розвитку технологій IoT та аналітики даних [35].

Перспективи розвитку кіберстрахування є важливим аспектом в контексті

зростання кіберзагроз та кібербезпеки. З розвитком технологій та збільшенням кількості цифрових операцій, загрози кібербезпеки стають все більш актуальними для підприємств та індивідуальних користувачів. Кіберстрахування полягає у захисті від ризиків, пов'язаних з кібератаками та кіберзлочинністю. Це включає в себе захист від витоку конфіденційної інформації, крадіжки даних, кібершантажу, а також відновлення даних після кібератаки. Однією з перспектив розвитку кіберстрахування є збільшення усвідомленості про кіберризики серед підприємств та користувачів. Це означає, що все більше організацій буде шукати страховий захист від кіберзагроз, що сприятиме зростанню попиту на кіберстрахування. Крім того, розвиток технологій штучного інтелекту та машинного навчання також може сприяти розвитку кіберстрахування. Алгоритми штучного інтелекту можуть виявляти потенційні кіберзагрози та швидко реагувати на них, що дозволить страховим компаніям забезпечити більш ефективний захист своїх клієнтів. Крім того, зростання кількості кіберполітик та законодавства щодо кібербезпеки може стати додатковим стимулом для розвитку кіберстрахування. Перспективи розвитку кіберстрахування вкрай значущі, оскільки з кожним роком кіберзагрози стають все більш складними і загрозливими для компаній та приватних осіб. Кіберстрахування буде надавати можливість для персоналізації страхових продуктів та послуг в залежності від потреб конкретного клієнта та рівня його кіберзахисту. Зі зростанням популярності кіберстрахування очікується збільшення конкуренції на ринку, що стимулюватиме страхові компанії розвивати нові та інноваційні продукти та послуги, що є вагомим плюсом для України [46].

Перспективи розвитку технології блокчейн в Україні є обіцяючими і можуть мати значний вплив на різні сфери економіки та суспільства. Україна може використовувати технологію блокчейн для модернізації фінансових послуг, таких як переказ коштів, кредитування та облік фінансових активів. Розвиток блокчейн-платформ може сприяти підвищенню ефективності операцій та зменшенню витрат на інтермедіарів. Застосування технології блокчейн може полегшити електронне урядування та забезпечити безпеку та достовірність

документів та транзакцій між урядовими установами та громадянами. Використання блокчейну може покращити відстеження логістичних ланцюгів, включаючи постачальницькі ланцюги, що дозволить ефективніше управляти постачанням товарів та послуг. Технологія блокчейн може допомогти вирішити проблеми кібербезпеки, забезпечуючи безпечний та недоступний для зловмисників спосіб зберігання та передачі даних. Використання блокчейну може покращити прозорість та відстеження походження продуктів, що є важливим фактором для покупців у вимогливих ринкових умовах. Технологія блокчейн може сприяти розвитку ринку обміну енергією між виробниками та споживачами, а також управлінню енергоефективністю. Загалом, розвиток технології блокчейн в Україні може сприяти створенню інноваційних рішень у різних секторах економіки та покращенню якості життя громадян. Важливою є підтримка державних органів та розвиток відповідного законодавства для стимулювання розвитку цієї технології [47].

Впровадження цифрової ідентифікації та біометрії може сприяти розвитку електронного правління в Україні, спрощуючи доступ громадян до державних послуг та забезпечуючи безпеку та конфіденційність їхніх особистих даних. Використання біометричних технологій, таких як сканування відбитків пальців або розпізнавання обличчя, може значно підвищити безпеку та захист особистих даних громадян, запобігаючи шахрайству та ідентифікації осіб. Використання цифрової ідентифікації та біометрії може зробити фінансові послуги, такі як відкриття банківських рахунків або здійснення платежів, більш зручними та безпечними для громадян. Впровадження біометричних технологій може полегшити доступ до медичних послуг та медичних записів, забезпечуючи швидкий та безпечний доступ до медичної інформації. Використання цифрової ідентифікації та біометрії може покращити безпеку та ефективність транспортних систем, забезпечуючи контроль доступу до об'єктів та послуг, таких як громадський транспорт або аеропорти [47].

Ці напрямки відображають загальний тренд до цифрової трансформації та використання передових технологій для покращення якості та доступності

страхових послуг в Україні (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Напрямки цифрової ідентифікації та біометрії у страховій сфері

Інтеграція Big Data та аналітики	Використання великих обсягів даних для аналізу ризиків та персоналізації продуктів, що допомагає у покращенні актуарних розрахунків та прийнятті ефективних стратегій.
Штучний інтелект та машинне навчання	Автоматизація процесів страхування, включаючи підтримку клієнтів та управління ризиками, за допомогою інтелектуальних систем, що підвищує ефективність та точність.
Інтернет речей (IoT)	Збір даних з IoT-девайсів дозволяє страховим компаніям пропонувати індивідуально налаштовані тарифи та послуги, а також зменшує ризики шкоди через попередження.
Кіберстрахування	Розвиток кіберстрахування відповідає на зростаючі кіберзагрози, забезпечуючи захист від кібератак для бізнесу та приватних осіб.
Блокчейн технології	Використання блокчейну забезпечує підвищення безпеки та ефективності управління полісами, зменшення шахрайства та оптимізацію міжнародних транзакцій.
Цифрова ідентифікація та біометрія	Застосування цифрових технологій для безпечної та зручної ідентифікації клієнтів, що допомагає уникнути шахрайства та зменшує ризики для страхових компаній.

Джерело: складено автором за даними [47].

Отже, впровадження цифрової ідентифікації та біометрії в Україні має значний потенціал для покращення електронного правління, забезпечуючи громадянам спрощений доступ до державних послуг і підвищуючи рівень безпеки їхніх особистих даних. Біометричні технології, такі як сканування відбитків пальців та розпізнавання облич, можуть значно знизити ризик шахрайства та помилкової ідентифікації. Крім того, цифрова ідентифікація та біометрія сприятимуть зручності та безпеці фінансових операцій, спрощуючи процеси відкриття банківських рахунків і здійснення платежів. Впровадження цих технологій також полегшить доступ до медичних послуг та інформації, що забезпечить швидкий та безпечний доступ до медичних записів. Крім того, покращиться безпека та ефективність транспортних систем через контроль доступу до об'єктів та послуг, таких як громадський транспорт і аеропорти.

ВИСНОВКИ

Цифровізація суттєво впливає на страхову галузь України, відкриваючи нові можливості та створюючи нові виклики. У кваліфікаційній роботі бакалавра було досліджено сучасний стан справ у сфері цифрових трансформацій в страхуванні, проаналізовані успішні приклади, переваги, ризики та ключові фактори, що впливають на успішність процесу цифровізації страхування в Україні.

Оцінку впливу персоналізації на лояльність клієнтів в страховій галузі можна побачити через успішні приклади компаній, які вдало впровадили цю стратегію, зокрема:

- Progressive Insurance використовує персоналізовані підходи для залучення та утримання клієнтів. Шляхом аналізу даних про водіння та страхові вимоги кожного клієнта, вони розробляють індивідуальні страхові плани та пропозиції. Це сприяє збереженню клієнтів та підвищенню їхньої лояльності.

- Allstate Insurance також використовує стратегію персоналізації для покращення взаємодії з клієнтами. Шляхом аналізу даних про страхові вимоги та історії клієнта, вони надають індивідуальні поради щодо оптимізації страхового покриття та зниження ризиків. Це сприяє підвищенню задоволеності клієнтів і збільшенню лояльності.

- State Farm Insurance відома своїм персоналізованим підходом до страхування життя. Вони пропонують індивідуальні страхові плани та консультації щодо фінансового планування, враховуючи унікальні потреби та цілі кожного клієнта. Це дозволяє їм побудувати міцні відносини з клієнтами та забезпечити їхню лояльність на довгострокову перспективу.

Цифрова трансформація в страховій галузі суттєво впливає на способи, якими страхові компанії працюють і взаємодіють з клієнтами. Вона допомагає забезпечити більш ефективне управління ризиками, знизити витрати і покращити якість обслуговування. Завдяки цифровим технологіям страховики

можуть оперативно відповідати на потреби клієнтів, що підвищує їх задоволеність і лояльність до компанії. Також це дозволяє страховим компаніям більш ефективно конкурувати на ринку і збільшувати свою прибутковість і рівень задоволеності клієнтів.

Не менш важливим є вивчення потенційних ризиків цифровізації страхування. Це такі як: ризик зворотного розвитку технологій, недостатнє використання аналітики, ризик законодавчий або регуляторний та порушення кібербезпеки.

Цифровізація пропонує низку переваг для страхового ринку України, таких як:

- підвищення ефективності та продуктивності за рахунок автоматизації рутинних завдань та оптимізації бізнес-процесів;
- збільшення зручності для клієнтів завдяки онлайн-доступу до страхових послуг, мобільним додаткам та персоналізованим пропозиціям;
- зменшення ризиків та шахрайства за допомогою штучного інтелекту, аналітики даних та технологій блокчейн.

Ключовими факторами, що впливають на успішність цифрової трансформації в страхуванні є чітка стратегія та бачення цифрового розвитку, ефективна співпраця між різними підрозділами страхової компанії та зміна корпоративної культури та готовність до інновацій, створення екосистеми партнерів з іншими компаніями та технологічними стартапами.

Оцінка ефективності впровадження цифрових технологій в Україні свідчить про значний прогрес до даного процесу, але все ще існують резерви для подальшого розвитку.

Потенціал цифровізації для українського страхового ринку значний. Завдяки проактивному впровадженню цифрових технологій страхові компанії можуть суттєво покращити свою конкурентоспроможність, розширити клієнтську базу та сприяти розвитку інноваційних страхових продуктів та послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агрес О. Інноваційний розвиток страхової діяльності як один із методів зростання її ефективності. *Аграрна економіка*. 2022. № 1-2. С. 26-34.
2. Гавриленко Н.Г., Тарасенко І.О. Сучасні тенденції цифровізації економіки: проблеми та перспективи розвитку. *Міжнародний науковий журнал Інтернаука. Серія: Економічні науки*. 2021. С. 36-46.
3. Єгоров І.Ю., Никифорок О.І. Цифрові технології в інноваційній трансформації економіки України: колективна монографія. 2020. С. 308.
4. Чвертко, Л. А., Т. О. Корнієнко, О. А. Вінницька. Цифровізація страхового бізнесу як дієвий важіль управління ризиками. *Sciences of Europe*. 2022. С. 7-11.
5. Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою. *Український інститут майбутнього*. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>
6. Сосновська О. О., Сіренька І. І. Тенденції інноваційного розвитку страхових компаній в Україні. *Європейський науковий журнал Економічних та фінансових інновацій*. 2021. Т. 2. № 8. С. 20-30. URL: <https://doi.org/10.32750/2021-0202>
7. Снідко Є.А., Мікуляк К.А. Insurtech як напрям розвитку страхування. *Трансформація страхового ринку України в світлі сучасних економічних викликів: матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти та молодих учених*. м. Миколаїв, 18-19 квітня 2023 р. Миколаїв : МНАУ, С. 40-42.
8. Самошкіна І. Розвиток диджиталізації страхового ринку України. *Економіка та суспільство*. 2022. №41 URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-52>
9. Кобко Р. В. Управління економічною безпекою ринку страхових послуг України: теоретичні аспекти та практичні рекомендації. *Бізнес Інформ*. 2021. №8. С. 156-162. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-8-156-162>

10. Кобко Р. В. Концептуальний підхід до державного регулювання економічної безпеки ринку страхових послуг України. *Вісник Черкаського університету. Серія: Економічні науки*. 2017. №1. С. 66-73.

11. Богріновцева Л.М. Особливості та перспективи цифровізації страхової діяльності. *Фінансовий простір України в умовах глобалізаційних і деглобалізаційних трансформацій*: монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, професора, заслуженого діяча науки і техніки України С. В. Онишко. Ірпінь: Державний податковий університет, 2023. С. 549-579. URL: <https://ir.dpu.edu.ua/items/a01d46e8-0269-4b3b-a931-c8913a4e9c6a>

12. Марина А., Пеценко М. Страховий ринок України в умовах війни. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. № 5 (05). С. 44–51. <https://doi.org/10.32782/dees>.

13. Моташко Т. П. Розвиток світового ринку страхування в умовах діджиталізації. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2016. №5. С. 18-24. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2016_5_5

14. Прокопчук О. Т., Улянич Ю. В., Пташник С. А., Бутко Н. В. Ключові аспекти Інтернет-страхування. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. Економічні науки*. 2020. Вип. 97. Ч. 2. С. 64-74.

15. Приказюк Н., Моташко Т. Роль інтернету в реалізації страхових послуг. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. 2014. № 3 (156). С. 45–51.

16. Третяк К. В., Коломійченко В. О. Страхові посередники та їх роль у релізації послуг. *Соціально-гуманітарний вісник*. 2020. Вип. 32-33. С. 251.

17. Прокопчук О. Т. Розвиток українського ринку страхових послуг в контексті забезпечення економічної безпеки країни. *Збірник праць Уманського національного університету садівництва. Економічні науки*. 2019. №94. Ч. 2. С. 69-85.

18. Пандемія прискорила глобальну цифровізацію та трансформацію страхування. *Форіншурер*: веб-сайт. URL : <https://forinsurer.com/news/22/07/21/41520>
19. Блажко О. О. Вплив цифрових технологій на розвиток страхового бізнесу. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. 2023. № 4(36). С. 291-301.
20. Сосновська О.О. Інноватизація страхового бізнесу в умовах розвитку цифрової економіки. *Бізнес Інформ*. 2021. № 7. С. 62–69.
21. Приказюк Н. В., Гуменюк Л. С. Передумови розвитку кібер-страхування. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 15-16. С. 28–34. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/15-16_2020/7.pdf.
22. Панченко, О., Садчикова, І. Вплив цифрових технологій на розвиток страхового бізнесу. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2022. С. 291-301. URL: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-4\(36\)-291-301](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-4(36)-291-301)
23. Конопляникова М. Персоналізація як стратегія лояльності в електронній комерції. *Міжнародний науковий практичний журнал «Товари та ринки»*. 2024. №49(1). С. 4-26. URL: [https://doi.org/10.31617/2.2024\(49\)01](https://doi.org/10.31617/2.2024(49)01)
24. Ткаченко О., Ковбатюк Г. Деякі аспекти розробки та функціонування експертної системи «страхування на транспорті». *Транспортні системи і технології*. 2019. С. 18-27.
25. Ковальчук С. В., Д. Л. Кобець. Застосування алгоритмів машинного навчання у маркетинговій стратегії підприємства в умовах цифрової економіки. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*. 2024. №75. С. 74-80.
26. Онишко С.В., Богріновцева Л.М., Ключка О. В. Трансформація страхового ринку України в умовах сьогодення. *Інтернаука. Серія: Економічні науки*. 2023. №9. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-9-9147>
27. Татаринцева Ю., Строков Є. Сучасні інформаційні технології у страхування: аналіз переваг та недоліків. *Вісник Національного технічного університету Харківський політехнічний інститут (економічні науки)*. 2023. №5. С. 80-83.

28. Попко О., Філатов В. Персоналізація в сучасному маркетингу та її вплив на лояльність клієнтів. *Економіка та суспільство*. 2023. №58. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-10>
29. Заволока Ю. М., Єфременко А.Г., Малашенко Ю.А. Особливості функціонування страхового ринку України в умовах сучасної цифрової. *Економіка та держава*. 2020. № 6. С. 102-106.
30. Прокопчук О. Т. Особливості цифрової трансформації у страховій індустрії. *Формування новітньої парадигми управління публічними та приватними фінансами в Україні: матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. (8 грудня 2023 р., м. Хмельницький – м. Херсон)*. 2023. С. 83-85.
31. Трофименко О. Г. Щодо застосування технологій Big . *Кібербезпека в сучасному світі* : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 19 листопада 2021 р.). Одеса. 2021. С. 110-115.
32. Мобільний зв'язок від Київстар. Національний оператор мобільного зв'язку. URL: <https://kyivstar.ua>
33. Міністерство юстиції України. URL: <https://minjust.gov.ua/files/general/2022/12/28/20221228231415-85.docx>
34. Костенко О. В. Напрями розвитку права у сфері Інтернет речей (IoT) та штучного інтелекту. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2021. №3. С. 130-136.
35. Балазюк О., Пилявець В. Технологія блокчейн: дослідження суті та аналіз сфер використання. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-13>
36. Гавадзин Н.О., Запухлий Р. І., Григорська Н.М., Гребенюк Н.В. Цифровізація страхування. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2023. № 48. С. 14-17.
37. Чуницька І.І., Богріновцева Л. М. Особливості діяльності страхових компаній на фінансовому ринку України в умовах воєнного стану. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 71. С. 251-258. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/71_2023/46.pdf

38. Соколова А.М., Гапон Т.О. Перспективи розвитку ринку страхових послуг в умовах цифровізації. Проблеми та перспективи розвитку фінансової системи в сучасних умовах : збірник матеріалів III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 15–16 квітня 2021 року). Полтава : ПУЕТ. 2021. С. 209-212.
39. Чвертко Л. А. Цифровізація страхового бізнесу як дієвий важіль управління. *Sciences of Europe*. 2022. № 89. С. 7-11.
40. Семенець А. О. Історико-компаративний аналіз становлення інституту внутрішнього аудиту. *Проблеми економіки*. 2018. № 4 (38). С 330-337. URL : <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2018-4-330-337>
41. Богріновцева Л., Бондарук О., Ключка О. Фінансова безпека страхового ринку: теоретичний аспект. *Acta Academiae Beregsasiensis. Economics*. 2023. № 4. С. 216-226. URL: <https://aab-economics.kmf.uz.ua/aabe/article/view/91/104>
42. Баранов А. Л. InsurTech як драйвер розвитку страхового ринку. *Проривні інновації на страховому ринку України*: зб. матеріалів V Міжн. Наук.-практ. інтернет-конф. (м. Київ, 27 жовтня 2021 р.). Київ: КНЕУ, 2021. С. 55-58.
43. Соболева-Терещенко О., Броніцька К. Фінансова стратегія страхових компаній в умовах впровадження законодавчих змін регулювання учасників фінансового ринку. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2019. № 2(4). С. 68-79. URL: <https://doi.org/10.32750/2019-0207>
44. Шевчук, О. Цифрова трансформація у страховій індустрії. *Socio-economic relations in the digital society*. 2019. №1 (34). С. 29-34.
45. Звіт про діяльність Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв'язку. 2022. URL: [https://nkrzi.gov.ua/images/upload/142/10509/Dodatok do rishennia NKEK 29.03.2023_125.pdf](https://nkrzi.gov.ua/images/upload/142/10509/Dodatok_do_rishennia_NKEK_29.03.2023_125.pdf)
46. Ляшкова Н. О., Соколова А. М. Тенденції та перспективи розвитку кібер-страхування в умовах цифровізації. *Актуальні питання розвитку науки*

та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доповідей XLVI Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2022 рік (м. Полтава, 25 квітня 2023 р.). Полтава : ПУЕТ, 2023. С. 124-127.

47. Білошапка, В. С. Нові банківські продукти на основі цифрових технологій. *Сучасні гроші, банківські послуги та фінансові інновації в цифровій економіці*: матеріали наук.-практ. інтерн. конф. студ. аспір. і молодих вчених. 2020. С.171-173.

48. Офіційний сайт журналу про страхування, перестрахування та іншуртех Forinsurer. URL: <https://forinsurer.com/>

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1

Вплив цифрової трансформації на розвиток страхового бізнесу

Переваги впровадження цифрових технологій у страхуванні		Результати цифровізації страхового бізнесу	
1. Покращення взаємодії (комунікації з клієнтами)	Цифрові технології дозволяють страховим компаніям зробити доступним і прозорим процес страхування та підвищити рівень обслуговування клієнтів за рахунок покращення комунікації з ними, а саме:	Зростання задоволення клієнтів і зацікавленості у страхуванні. Зростання потреби у страхуванні.	Збільшення кількості залучених клієнтів і зростання лояльності до бренду страхової компанії.
	спрощення процесу купівлі страхових полісів та легкого доступу до онлайн управління ними без необхідності відвідувати офіс страхової компанії. Доступ до керування і відстеження онлайн платежів забезпечує прямий зв'язок між суб'єктами страхування і зменшує їх витрати часу і коштів.		
	забезпечення зручної та швидкої взаємодії між клієнтами та страховими компаніями за рахунок доступу до онлайн-консультацій та онлайн-підтримки.		
	забезпечення персоналізованого обслуговування клієнтів, оскільки цифрові інструменти дозволяють страховикам визначати потреби клієнтів та розробляти персональні страхові послуги відповідно до їхніх інтересів. Це є основою реалізації клієнтоорієнтованого підходу в діяльності страхової компанії.		
2. Розширення переліку видів страхових послуг	Цифрові технології надають можливості для розвитку нових послуг: -страхування на час короткострокових подій; -мікрострахування; страхування на основі «Internet of Things» (IoT); -розумне страхування та ін.	Зростання задоволення індивідуальних потреб клієнтів і зацікавленості у страхуванні. Зростання кількості цифрових страхових послуг.	
3. Розширення можливості співпраці з іншими суб'єктами фінансового ринку	Цифрові технології відкривають можливості для співпраці зі стартапами, FinTechs та іншими інноваційними фінансовими компаніями для спільної розробки нових страхових продуктів та послуг.	Зростання кількості нових видів страхових продуктів та послуг у результаті інтеграції на фінансовому ринку.	

Продовження таблиці А.1

Зростання доходів страхової компанії за рахунок збільшення кількості укладених договорів			
4. Зменшення витрат у процесі страхової діяльності	Використання цифрових технологій сприяє зменшенню витрат страховиків за рахунок: - скорочення адміністративних витрат; - скорочення часу і витрат на обслуговування клієнтів; - скорочення часу на отримання інформації; скорочення часу і витрат обробку документації;	Прискорення процесів прийняття рішень на рівні страхової компанії	Економія витрат страховика та оптимізація управління страховою компанією.
5. Зменшення ризиків у діяльності страхової діяльності	Використання цифрових технологій надає можливість страховим компаніям краще оцінювати ризики і виявляти шахрайство, а також дозволяє використовувати великі обсяги даних для розуміння ризиків.	Покращення управління портфелем ризиків.	Уникнення ризиків і збитків страховика.
6. Зростання рівня кібербезпеки та забезпечення збереження даних клієнтів	У зв'язку з ростом кількості цифрових даних, страхові компанії формують власні системи захисту інформації, що зменшує вразливість діяльності страховика від кібератак.	Зменшення ризику втрати даних.	Створення системи кібербезпеки значно зменшує збитки страховиків.
Скорочення витрат страхової компанії на реалізацію договорів страхування за рахунок прискорення процесу прийняття рішень та зменшення ризиків.			
Підвищення ефективності страхової діяльності та зростання конкурентоспроможності страхової компанії.			

Джерело: складено автором за даними [22].