

УДК 336

Григоренко Н.В.¹, Бабенко-Левада В. Г. ²

¹студ.гр. ФЕУ-110м, НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В ПОРІВНЯННІ З ЗАРУБІЖНИМ ДОСВІДОМ

На сьогодні страховий ринок України зазнає нового етапу трансформації який обумовлений розвитком нових технологій та структурних змін в економіці.

Інтенсивно відбувається впровадження цифрових технологій у всіх сферах, також відбувається цифровізація різних галузей економіки. Сфера страхування заслуговує все більшої уваги, оскільки вона є важливим елементом ринкових відносин та чинником стимулювання розвитку економії. Нині страхування є одним із важливих чинників соціально-економічного розвитку України, цифрові технології у страхуванні є важливим показником ефективних фінансових та маркетингових систем.

По рівню технологічності та інновацій Україна посідає далеко не останнє місце в світових рейтингах. Вітчизняна ІТ-галузь є однією з найкращих у світі, при цьому саме український страховий ринок тільки починає відкривати для себе цей новий термін «діджиталізація».

Новітні цифрові технології все глибше проникають у світовий ринок страхування, не оминаючи жодного напрямку діяльності. Відповідно активно розвивається діджитал-страхування. Це новий вид страхування, який за допомогою інтернету, мобільних пристроїв та інших цифрових носіїв тісніше працює з клієнтами та надає їм послуги.

Діджиталізація - це процес перетворення фізичних даних у цифровий формат, що забезпечує їм захист, довший термін збереження, швидкий доступ тощо. Але незважаючи на те, що лише одна з наведених дефініцій згадує про бізнес - сторону цього явища, це не означає, що даний термін не можна використати для бізнесу.

Перевагами діджиталізації для клієнтів, є те що механізм купівлі страхового продукту є максимально спрощеним. Для оформлення договорів не потрібно звертатися до офісу страхової компанії та висиджувати чергу. Потрібно лише заповнити онлайн-форму та сплатити відповідний страховий внесок. При цьому страховий договір неможливо сфальсифікувати. Ця інформація подається безпосередньо в базу даних страховика і без участі посередника,страховик економить на комісії агента, вигода від якої передається клієнтам у вигляді нижчих страхових сум.

Для того, щоб повідомити про страховий випадок достатньо перейти на сайт компанії чи через мобільний додаток заповнити відповідну форму. У ланцюжку продаж буде виключено страхових посередників. Це призведе також до зменшення імовірності шахрайства. Так як часто траплялися випадки, коли недобросовісні страхові посередники після придбання полісу

не вносили страхові премії у загальну базу. Відповідно договір страхування втрачає чинність та веде до інших негативних наслідків.

Діджиталізації страхування притаманні деякі недоліки. Серед них можна виділити: обмеженість у застосуванні провідних цифрових технологій через високу вартість послуг ІТ; перенавчання працівників; посилення безпеки доступу до персональних даних; зміна перепровіреної часом бізнес стратегії; непорозуміння із постачальниками через відсутність спільного бачення кінцевого продукту. Вважаємо, що при чітко сформованій довгостроковій стратегії щодо впровадження цифрових технологій у діяльність, страхові компанії будуть позбавлені більшості проблем, в тому числі технічних.

Обсяг страхового ринку України в рази менший порівняно із розвиненими країнами світу. Це пов'язано із слабкістю економіки країни, низьким рівнем попиту на страхові послуги, недовірою населення до страхових компаній та іншими факторами. Відповідно іноземні страхові компанії, які активніше працюють на ринку, значно раніше почали впроваджувати цифрові технології у діяльність та пропонувати клієнтам онлайн-страхування. Згідно з рейтингом, який висвітлений The Balance commerce team, кращими компаніями цифрового страхування вважають Lemonade, Insurify, Root, Metromile, Oscar Health. Це компанії, які максимально задовольняють клієнтів, враховуючи їх цифрові потреби.

Lemonade – цифровий страховик, заснований у 2015 р., який пропонує страхування житла. Компанія використовує штучний інтелект у вигляді чатботів для обробки претензій і надання страхових полісів. Програма «AI Jim» обробляє претензії власників полісів, а під час подання претензії додаток переглядає, обробляє, класифікую та надає зворотну відповідь.

Цифровий страховик Insurify використовує штучний інтелект, щоб надати послуги автострахування. Для заповнення даних у додатку необхідно завантажити копію номерного знака автомобіля. З 2016 року компанія використовує програму Evia, яка доступна в 30 штатах США. Для мінімізації часу штучний інтелект Evia збирає дані про водія та самостійно вносить персональну інформацію у реєстр.

Metromile – цифровий страховик, заснований у 2011 р., що пропонує автострахування для водіїв з малим пробігом через Metromile Pulse пристрій, що встановлений у транспортному засобі, який вимірює кілометри, які ви їдете. Metromile також пропонує розумний додаток для водіння, який виконує функції щодо оптимізації поїздки, діагностики стану автомобіля та попередження поломок. Програма Metromile Pulse потенційно може заощадити до \$ 500 на рік на автострахуванні.

Важливо зазначити, що страхова компанія Root використовує додаток, який відстежує звички водіїв, такі як жорстке гальмування, пробіг, важкий

поворот і багато іншого для розрахунку страхового тарифу. Найбільш визначальним фактором у визначенні ціни, яку платять за автостраховання є здібності, відповідно лише досвідчені водії можуть претендувати на низьку ціну. Програма страхування підтримується на iPhone (5s і вище) і багатьма телефонами Android.

Страхова компанія «Oskar» працює з 2012 року та надає послуги медичного страхування. Додаток, який використовує компанія, пропонує цілодобові послуги лікаря за викликом, безкоштовні заняття з йоги та заняття для майбутніх мам. Цілодобово клієнти можуть консультуватися з лікарями, через додаток вони можуть отримувати рецепт.

Щодо діджиталізації на національному страховому ринку то, агентство Isobar Ukraine провело дослідження, як глобальна діджиталізація вплинула на життя українців. За результатами смартфон — пристрій №1 для українських інтернет-користувачів для оформлення покупок, оплати комунальних послуг та штрафів, розваг. Торкнулася діджиталізація і страхових продуктів: страхові компанії все частіше пропонують купувати свої продукти онлайн. Але велика частина онлайн-продажів — все ж заслуга агрегаторів і маркетплейсів.

В Європі сайти-агрегатори — одне з основних джерел продажів діджитал продуктів. Користувачів приваблює можливість порівняти продукти різних компаній, проаналізувати плюси та мінуси і зробити оптимальний вибір на одному майданчику. Оцінили співпрацю з маркетплейсами й самі страхові компанії: по суті вони не докладають особливих зусиль для просування свого продукту, а займаються своєю ключовою діяльністю — розробляють нові продукти і модернізують старі.

В Україні каталізатором зростання популярності страхових продуктів онлайн став Hotline.finance. Понад 200 тисяч українців вже скористалися ресурсами hotline і минаючи поїздки до відділень страхових компаній, спілкування з агентами і черги до кас, придбали страхові поліси.

Щодо трафіку для онлайн-продажів то, понад 70% запитів в пошукових системах проходять через мобільний трафік — це дані Google Україна. Більш того, у 2020 році все більше запитів з приставкою онлайн по відношенню до всіх видів страхування. У країнах ЄС основне джерело продажів страхових продуктів — фінансові маркетплейси. В Україні провідним продавцем діджитал продуктів став Hotline.finance.

Українські страхові компанії готові пропонувати універсальні продукти, придбати які можна як офлайн, так і онлайн. Українці все більше користуються мобільними додатками, оцінивши простоту і зручність такого придбання. Що стосується сполучної ланки між ними, то маркетплейси на 100% виконують свої функції, доводячи до конверсії зацікавленого користувача.

Цифрові інновації на страховому ринку показуючи понад 95% відсотків згодні з тим, що клієнти хочуть більше цифрових продуктів і послуг. Європейські страховики вважають, що їх конкурентоспроможність залежить від поліпшення і спрощення обслуговування клієнтів. Понад три чверті респондентів вважають важливим поліпшення якості обслуговування клієнтів, а більше 74% вважають важливим автоматизацію та оцифровування.

Компанії хочуть того щоб дані передавалися і оброблялися не просто швидко а миттєво. Проте це може призвести до негативних наслідків, наприклад прискорення обміну даними може призвести до більшої кількості порушень кібербезпеки.

Дивлячись на все вищевикладене можна зробити висновок, що цифровізація невід'ємна частина сьогодення. Оскільки все більше впроваджуються новітні технології, а вони є невід'ємною частиною цифрової трансформації усієї економіки. Процес цифрової трансформації сприятиме підвищенню ефективності та рентабельності страхової діяльності. Щодо базових рушійних сил діджиталізації на українському страховому ринку то це: клієнтський досвід; технологічна еволюція; економічне зростання і процвітання, проте сьогодні до них також треба додати непередбачувані фактори. Саме вони сприятимуть більш швидшому впровадженні діджиталізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. УКРІНФОРМ – Електронний доступ: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/3118369-rol-hotlinefinance-v-didzitalizacii-v-ukraini.html
2. Новини діджиталізації страхової галузі – Електронний доступ: <https://www.insa.com.ua/uk/blog/novosti-didzhitalizatsii-strahovoj-otrasli/>
3. Желізняк Р. Й., «Розвиток світового ринку страхування в умовах діджиталізації», 2019.