

DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-53-4>

УДК 368

Горбачова Оксана Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування,
Державне некомерційне підприємство
«Державний університет «Київський авіаційний інститут»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1062-2922>

Петрова Анастасія Максимівна

здобувачка вищої освіти,
Державне некомерційне підприємство
«Державний університет «Київський авіаційний інститут»
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-9193-9360>

Oksana Horbachova, Anastasiia Petrova

State Non-Commercial Company
“State University “Kyiv Aviation Institute”

ЦИФРОВІЗАЦІЯ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

DIGITALIZATION OF THE INSURANCE MARKET OF UKRAINE: MAIN PROBLEMS AND PROSPECTS UNDER MARTIAL LAW

Анотація. У статті розглянуто сутнісні характеристики цифровізації страхового ринку та визначено основні переваги та недоліки, які вона несе як для страховиків, так і для самих страхувальників. Разом з цим визначено актуальність розвитку та впровадження цифрових технологій в умовах воєнного стану в Україні в контексті удосконалення процесів діяльності страхових організацій та підвищення якості обслуговування клієнтів і задоволення їх наявних потреб у страхових послугах. Закцентовано увагу на можливостях, які втрачають учасники вітчизняного страхового ринку у випадку збереження певної консервативності в плані використання цифрових технологій та відмови від їх впровадження у власну діяльність. Водночас наголошено на важливості масштабування та всебічної популяризації явищ цифровізації страхового ринку для поліпшення проходження внутрішніх бізнес-процесів страхових компаній, організації їх маркетингової діяльності та комунікації із наявними та потенційними споживачами страхових послуг. Окреслено специфіку процесів цифровізації страхового ринку в Україні з огляду на ті економічні умови, в яких провадять свою діяльність страховики на сьогодні, та на основі цього перелічено ключові труднощі, з якими вони стикаються. Встановлено тенденцію до зростання вимог у страхувальників до того, наскільки зручним і доступним може бути одержання страхових послуг, що змушує страхові організації пришвидшувати організацію заходів з пошуку нових інноваційних рішень стосовно обслуговування клієнтів з метою утримання конкурентних переваг та продовження функціонування в цілому під впливом динамічних змін, які впроваджуються іншими учасниками ринку. Наведено дані про трансформацію ринку страхових послуг під час воєнного стану України, зокрема у напрямку використання електронного документообігу та більш динамічного переходу обслуговування в онлайн-режим, що зумовлюється безпосередньо впливом демографічних факторів та вимогами часу, з метою надання послуг у зручній формі для якомога більшої кількості клієнтів. Визначено перспективи цифровізації вітчизняного ринку у подальшому з урахуванням важливості використання комплексного підходу у впровадженні та використанні нових технологій.

Ключові слова: цифровізація, страховий ринок, воєнний стан, страховик, страхувальник, страхова премія.

Summary. The article considers the essential characteristics of digitalization of the insurance market and identifies the main advantages and disadvantages that it carries for both insurers and insurers themselves. At the same time, the relevance of the development and implementation of digital technologies in the conditions of martial law in Ukraine is determined in the context of improving the processes of activity of insurance organizations and improving the quality of customer service and meeting their existing needs in insurance services. Attention is

focused on the opportunities that the participants of the domestic insurance market lose in case of maintaining a certain conservatism in terms of using digital technologies and refusing to introduce them into their own activities. At the same time, the importance of scaling and comprehensive popularization of the phenomena of digitalization of the insurance market is emphasized to improve the passage of internal business processes of insurance companies, the organization of their marketing activities and communication with existing and potential consumers of insurance services. The specifics of the processes of digitalization of the insurance market in Ukraine are outlined, taking into account the economic conditions in which insurers operate today, and on the basis of this the key difficulties they face are listed. A tendency to increase the requirements of insurers to how convenient and affordable it can be to receive insurance services has been established, which makes insurance organizations accelerate the organization of measures to find new innovative solutions for customer service in order to maintain competitive advantages and continue to function as a whole under the influence of dynamic changes introduced by other market participants. Data on the transformation of the insurance services market during the martial law of Ukraine, in particular in the direction of using electronic document management and a more dynamic transition of service to online mode, which is directly due to the influence of demographic factors and time requirements, are provided in order to provide services in a convenient form for as many customers as possible. The prospects for digitalization of the domestic market in the future are determined, taking into account the importance of using an integrated approach in the introduction and use of new technologies.

Keywords: digitalization, insurance market, martial law, insurer, policyholder, insurance premium.

Постановка проблеми. В умовах воєнного стану в Україні все більшої уваги привертає страхова галузь та величина здійснюваного нею впливу на фінансову сферу, що безупинно зростає. Ринок страхування вже зазнав різкого сплеску поширення явищ діджиталізації під час розгортання пандемії, що на сьогодні знову актуалізувались, проте з новими темпами та у нових формах. Для спільноти цифровізація виступає рушійною силою, що забезпечує більшу кількість людей доступом до страхових послуг та сприяє усуненню наявних недоліків в організації страхового захисту. Страхові компанії ж отримують можливість одержати поліпшені умови для андеррайтингу, здійснювати оцінку та знизити дію ризиків за допомогою переваг цифровізації, що покращує у свою чергу рівень якості та стимулює зростання ефективності їх діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням питанням, що стосуються проблем та перспектив цифровізації страхового ринку в умовах воєнного стану в Україні займалися наступні дослідники: Л. Богріновцева [3], О. Ключка [3], О. Жилиякова [4], О. Волощук [4], С. Качула [5], К. Беякова [5], Т. Лункіна [6], О. Задорожна [6], І. Самошкіна [7], І. Шубенко [8].

Беручи до уваги факт активного розгортання явищ цифровізації страхового ринку на глобальному рівні та зростання їх актуальності для вітчизняних страхових компаній у зв'язку із посиленням в них потреби у пошуку нових методів та способів зміцнювати свою конкурентоспроможність та здатність протистояти новим економічним викликам, що виникають в умовах воєнного стану, обрана тематика даної статті стає нагальною у рамках сьогодення. Це водночас наголошує на необхідності більш детального та повного дослідження ключових питань в рамках визначеної тематики, зокрема, що було б спрямовано на окреслення основних труднощів, які виникають на шляху впровадження і всебічного розвитку

цифрових технологій на страховому ринку України та окреслення перспектив для їх ефективного використання страховими компаніями у подальшому з метою поширення страхових послуг серед населення та збільшення цієї галузі в цілому.

Мета статті. Постановкою завдання є дослідження теоретичних аспектів категорії цифровізації у зазначеному секторі фінансової системи та зосередження її вивчення у напрямку виокремлення основних складнощів, які притаманні вітчизняному ринку страхових послуг, з метою визначення перспектив популяризації цифрових технологій серед страховиків з урахуванням зарубіжного досвіду та специфіки економічного середовища під час воєнного стану в Україні.

У процесі роботи на даною статтею для охоплення якомога більшого різного факторів та досягнення вищого рівня точності отриманих результатів було використано комплекс наступних методів: аналіз і дедукція – при встановленні складнощів та перепон як екзогенного, так й ендогенного походження у процесі діджиталізації страхового ринку України в умовах воєнного стану, синтез й індукція – при визначенні перспектив подальшого застосування здобутків цифровізації з урахуванням наявних економічних та політичних факторів, під дією яких провадиться страхова діяльність, описовий – при характеристиці того, як працюють різного роду діджитал-технології на страховому ринку і як вони можуть бути використані у комплексі з метою поліпшення процесів надання страхових послуг, порівняння – при окресленні ключових ознак, притаманних українському та зарубіжним ринкам страхування, графічний – при відображенні основних діджитал-технологій, що використовуються на страховому ринку, та головних труднощів на шляху цифровізації страхового ринку України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як відомо, на сьогодні як страховий ринок, так і економічний клімат України в загальному пере-

буває на новому етапі трансформації у зв'язку із впровадженням нових змін у структурі економіки, розвитком та поширенням використання різноманітних технологій та затвердженням реформ, пов'язаних із особливостями правового поля, в межах якого функціонують його учасники впродовж усього періоду незалежності держави.

Якщо говорити в цілому, то відповідно до оцінок багатьох аналітиків національні страховики характеризуються невеликим технологічним потенціалом, консервативністю та проявленням слабкості у корпоративному управлінні в умовах будь-яких інновацій. Дана специфіка ринку страхових послуг у будь-якому разі негативно впливає на темпи економічного розвитку держави, тим самим зменшуючи величину вкладу його учасників у посилення позиції народного господарства серед конкурентів. Зазначена консервативність у страхуванні та реалії сьогодення, що відбуваються на ринку, провокують виникнення різного роду питань з боку потенційних клієнтів та відповідно формування не зовсім сприятливого враження щодо того, як складно користуватись деякими страховими послугами саме в епоху технологій та взагалі мати справу зі страховими організаціями.

Не зважаючи на це, Україна займає достойну позицію стосовно наявного ступеня розвитку та сприйняття інновацій і технологій на глобальному рівні. Вітчизняну ІТ-індустрію можна віднести до однієї із найпрогресивніших у світі, а на страховому ринку все частіше починає лунати і популяризуватись така категорія як «діджиталізація».

Перш за все потрібно наголосити на тому, що під таким поняттям як «цифровізація» варто розуміти не лише явища, пов'язані із оцифруванням

інформації і подальшим її поширенням за допомогою сучасних каналів телекомунікації, а й з імплементацією новітніх телекомунікаційних технологій з метою покращення якості обслуговування клієнтів страхової компанії. Тому кінцева мета цифровізації полягає саме у поліпшенні у галузі надання того чи іншого роду послуг для окремої категорії споживачів.

Для страхового ринку характерним є застосування наступних діджитал-технологій, що представлені на рис. 1.

Виходячи з даних, наведених на рис. 1 можна дійти до висновку, що для українських страхових компаній характерним є поступове впровадження в роботу застосування хмарних технологій у користувачів «всесвітньої павутини», страхові компанії які не є винятком, мають змогу скористатись комп'ютерними ресурсами сервера та використовувати програмне забезпечення як онлайн-сервіс. Це означає, що за умови наявності підключення до Інтернету у страховика виникає можливість здійснювати складні розрахунки та виконувати обробку даних за рахунок використання потужності, яку надає віддалений сервер. Крім цього, застосування хмарних технологій покращує систему захисту та формує сприятливі умови для збереження баз даних, які належать страховим організаціям.

Одним із ключових аспектів цифровізації страхового ринку України є формування та подальше інформаційне наповнення офіційних веб-сайтів страховиків. Попри це все ще існують певні перепони, які заважають безперебійному створенню та поширенню практики функціонування офіцій-

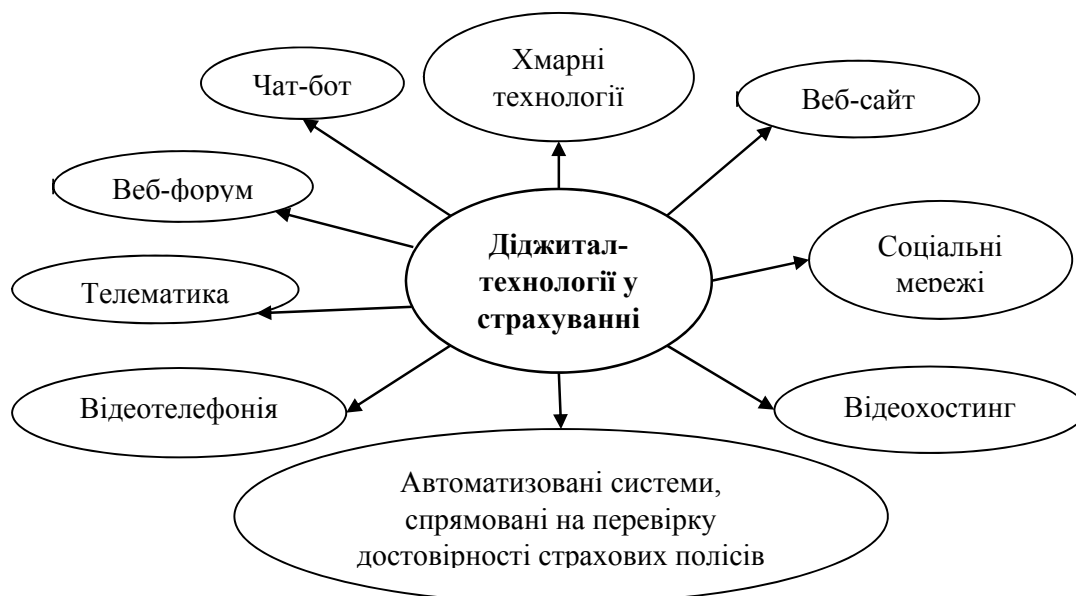


Рисунок 1 – Основні діджитал-технології, що використовуються на страховому ринку

Джерело: складено автором на основі [8]

них веб-сторінок страхових організацій, зокрема вони представлені особливостями місця реєстрації страховика чи часового проміжку, в рамках якого він був зареєстрований. Можливим негативним наслідком, якого слід чекати страховим компаніям, які ще не мають офіційного веб-сайту або ж для яких характерні ознаки фіктивності, є призупинення функціонування в цілому. З цього випливає, що за умови відсутності у страхової організації власного веб-сайту, можуть виникати сумніви у добросовісності страхової організації та взагалі у її націленості на провадження страхової діяльності і, як наслідок, неможливості надалі функціонувати у даній галузі. Крім цього, до переліку особливостей, що притаманні веб-сайтам саме українських страхових компаній, є те, що за умови приналежності до страхової групи водночас як страхової компанії зі страхування життя, так і страхової компанії з ризикового страхування, інколи спостерігається ситуація наявності у них об'єднаного сайту, що у свою чергу містить поєднання інформації про дані види страхування [1].

Також не менш важливою складовою розвитку цифровізації на ринку страхування є активізація страхових компаній у напрямку створення онлайн-магазинів, що зумовлено насамперед вимогою сьогодення. У цих магазинах для клієнтів страхових організацій відкривається можливість не тільки придбання внутрішнього та міжнародного поліса страхування автоцивільної відповідальності електронного зразка, а й оформлення замовлення в онлайн-форматі договорів на майнове і туристичне страхування, страхування від нещасних випадків, здоров'я та каско. При цьому досить активно впроваджується та набуває все більших обертів така опція як «онлайн-оплата», що ґрунтується на партнерстві страхових та банківських установ.

Як відомо, на глобальному та національному рівнях відчутними є досить швидкі темпи використання мобільних пристроїв, що є відображенням безупинних процесів цифровізації у сучасному світі. Відповіддю на це стає підвищення динаміки у галузі розробки і впровадження застосунків страхових компаній. Якщо вести мову про зарубіжний досвід, то для іноземців знайомою та поширеною практикою є проходження таких процесів за використання смартфона, як: розрахунок вартості страхового договору, інформування про настання страхового випадку, повідомлення про потребу у допомозі, зв'язок із кол-центром страховика, надання інформації про отримані збитки, надсилання відео- та фотоматеріалів з місця страхового випадку та відстеження відомостей рішення стосовно страхової виплати у режимі реального часу лише за використання мобільного застосунку. Беззаперечним є той факт, що створення та впровадження мобільних застосунків у

сферу страхування відбувається активніше, що згідно із думкою українських дослідників підвищує мобільність страхових організацій та пришвидшує здійснення їхніх бізнес-процесів. До того ж наявність власного мобільного застосунку у страхової компанії може стати для неї базою додаткових даних, які знадобляться у проведенні маркетингових досліджень у подальшому. Однак науковцями відзначено, що, дивлячись на зарубіжний досвід у використанні мобільних застосунків, вітчизняними страховими компаніями ще не використовується весь потенціал та можливості цієї технології, що підводить до висновку про наявність перспектив у їх розробці і використанні під час практичної діяльності.

На сьогодні актуальною тенденцією як у всьому світі, так і в Україні зокрема є як зростання кількості користувачів соціальних мереж. Ця особливість може бути вдало використана страховими компаніями, оскільки соціальні мережі являють собою одну із найбільш ефективних платформ для поширення реклами страхових продуктів, де можна публікувати оновлення у діяльності того чи іншого страховика, запуск ним різного роду акційних пропозицій тощо.

Ще однією діджитал-технологією, яку крок за кроком намагаються впроваджувати вітчизняні українські компанії, є телематика. Сутність телематики полягає в організації процесу уточнення вартості страхового поліса для конкретного страхувальника за використання необхідного для цього технічного обладнання. Іншими словами вона є своєрідною системою моніторингу, досягнення головної мети якої передбачає здійснення регулярних спостережень того, як поводить себе страхувальник у тій чи іншій ситуації. Яскравим прикладом цього може слугувати каско-страхування, яке водночас вважається досить дороговартісною послугою для клієнта страхової компанії. Відповідно споживач страхових послуг націлений на зменшення вартості страхового договору, а страхова компанія отримує можливість за допомогою застосування безкоштовного телематичного приладу дослідити поведінку водія за окреслений проміжок часу. Після цього отримана інформація передається за рахунок пристрою у згадані вище наявні хмарні сховища, підлягає аналізу та подальшому відображенню у мобільному застосунку. Не завадить зазначити, що над функціонуванням даних технологій регулярно проводяться заходи з їх вдосконалення, що підкреслює увагу на тому, що в деяких випадках станом на сьогодні навіть зникає потреба у встановленні окремого телематичного пристрою, так як достатньо буде завантажити застосунок на мобільний телефон.

Порівнюючи масштаби страхових послуг України та ринків інших розвинених країн, очевидним є той факт, що вони суттєво відрізня-

ються, зокрема тим, що український є набагато меншим в охопленні. Однією із причин такого становища є насамперед наявність нестабільного економічного стану, відсутність необхідного рівня попиту на одержання страхових послуг та довіри з боку громадян до добросовісності страхових організацій тощо. Водночас страхові компанії світового рівня перетворились на найбільш активних учасників страхового ринку у результаті більш раннього впровадження цифрових технологій у власну діяльність та пропонування клієнтам послуг зі страхування в онлайн-форматі.

В українських страхових компаній цифрова трансформація включає такі ключові елементи, як: здійснення прямого продажу, надання послуг зі страхування в онлайн-форматі, надання мобільних послуг, розвиток електронного страхування, формування умов для підтримки належного стану кібербезпеки, сприяння автоматизації платіжних процесів, забезпечення функціонування веб-сайту страхової організації як окремого інструменту, що може бути ефективно використаний для комунікації та продажів та популяризація застосування технології блокчейн.

Переходячи до особливостей цифровізації страхового ринку України, що відбувається під час воєнного стану, потрібно зазначити, що існує низка певних труднощів, які відображені на наступному рис. 2.

Крім цього, потрібно зосередити увагу на тому, що разом із цифровізацією зазнають змін власне і вимоги страхувальників, що посилює потребу страхових компаній бути в епіцентрі всіх подій, щоб повною мірою їх задовольняти. Так як для сучасних клієнтів страхових організації неодмінною ознакою є зростання вимог щодо деталізації інформації та функціоналу, яким забезпечені онлайн-сервіси страховиків. Це водночас наводить на думку, що таким чином діджиталізація тим чи іншим чином водночас посилює вимоги і до клієнтів, що мають безпосередню зацікавленість у тому, наскільки просто, зрозуміло і доступно у часову вимірі можна скористатись страховим продуктом або ж послугою, інновацією індивідуальних послуг, яку можна отримати за рахунок застосування цифрових технологій.

Основою цифрового перетворення у страхуванні є автоматизація та створення технологій, що характеризувались би більшою інноваційністю у процесі продажу страхових продуктів. Суттєві перспективи демонструються штучним інтелектом. Що є необхідним для вітчизняних страхових компаній, так це переймання окремих здобутків зарубіжного досвіду і активне їх впровадження у власну діяльність. Застосування штучного інтелекту дозволило б делегувати частину простих рутинних процесів та більш оперативно здійснювати обробку великих масивів інформації.

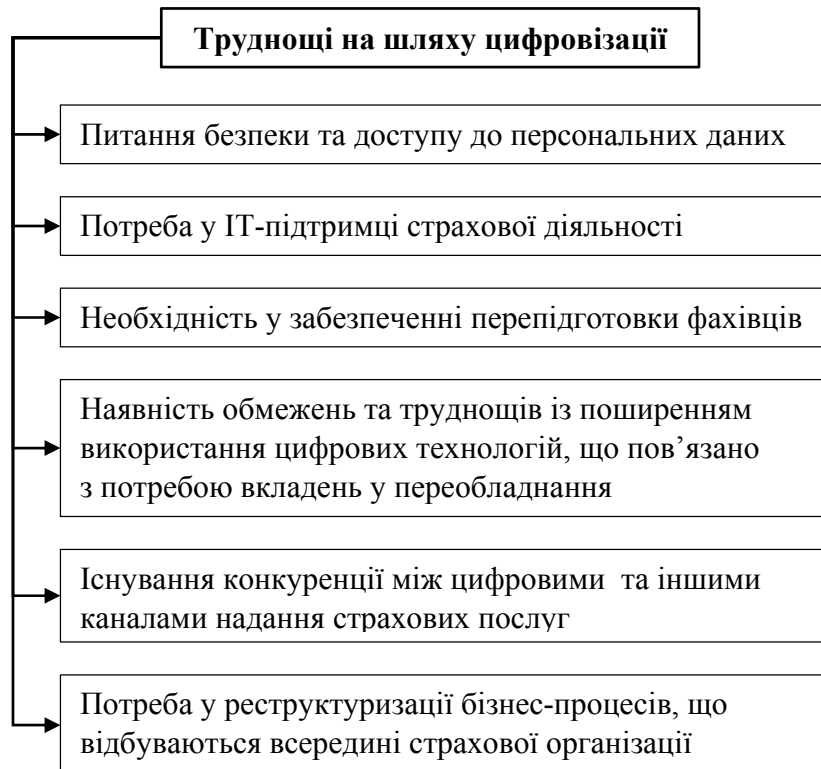


Рисунок 2 – Головні труднощі на шляху цифровізації страхового ринку України

Джерело: складено автором на основі [4]

Завдяки таким автоматизованим страховим агентам, як чат-ботам з'являється можливість здійснення перших кроків у бік надання клієнтам більш індивідуалізованих послуг, що відповідали б їх унікальним потребам і вимогам. Проведення аналізу профілів користувачів з метою збору всіх необхідних відомостей надало змогу б здійснювати налаштування комунікаційної стратегії таким чином, що враховувало індивідуальний підхід для кожного клієнта, поліпшуючи тим самим ефективність процесу страхування ризиків.

Основний результат цифровізації відображається у зростанні стандартів щодо страхових послуг та підвищенні інклюзії для страховальників.

Продовжуючи вести мову про явища цифровізації страхового ринку України в умовах воєнного стану, то слід наголосити на тому, що, починаючи з березня 2022 року, коли страховими компаніями було втрачено майже половину доходів, отримуваних від страхових премій, водночас відбулись суттєві трансформації стосовно моделі дистрибуції страхових полісів і процесів відшкодування, особливо в аспекті їх переходу в онлайн-режим. На це не могла не вплинути рекомендація Національного банку України щодо потреби у спрощенні процедури врегулювання страхових випадків, що повинно супроводжуватись максимальним сприянням електронному документообігу, за умови неможливості або ускладнення процесу одержання оригіналів документів від страховальників [2].

Вагомим досягненням у цій сфері стало рішення, прийняте за участі Моторно-транспортного (страхового) бюро України та вітчизняних страховиків запровадити широке використання з 2 березня 2022 року саме електронного полісу «Зелена картка» з метою виїзду за кордон на автомобілі. На це не могло не вплинути певним чином відчуття дефіциту паперових бланків особливо у перші дні повномасштабної війни. При цьому наявність електронного полісу не включає друку «Зеленої картки», що підкреслює на можливість у водіїв її оформити просто за використанням смартфонів й отримання договору у PDF-форматі на електронну пошту. І вже з середини березня 2022 року платформою hotline.finance було реалізовано випуск «Зеленої картки» онлайн. До того ж тривалість всього процесу, що включав всі дії від заповнення заявки до одержання страховки, стала становити 5 хвилин. Ще однією перевагою такої електронної «Зеленої картки» стало те, що вона стала актуальною навіть для тих, хто перебуває за кордоном, і тих, у котрих закінчився строк дії договору. Тобто поліс став доступним для тих осіб, хто не знаходиться безпосередньо в Україні.

Важливим елементом переходу страхового ринку України на новий рівень стало відкриття можливості оформлення електронного медичного полісу для українців, перебуваючи при цьому за

межами держави. Це забезпечило переселенців, що в екстреному порядку виїжджали з країни, змогою залишатись із медичним захистом.

Варто звернути увагу на те, що такий сервіс українського походження, як hotline.finance залишається першопроходцем у сфері цифровізації вітчизняного страхового ринку. Його фахівці першими запустили функціонування мобільного застосунку, що дозволяє зручно зберігати та використовувати поліси прямо у смартфоні. Функціоналом даного сервісу пропонується можливість порівнювати та оформлювати в онлайн договори з додаткового й обов'язкового страхування, включаючи автоцивілку, «Зелену картку», каско, медичного страхування для виїзду за кордон, ризикового страхування самих водіїв при ДТП та майнового страхування.

З огляду на специфіку діяльності національних страхових компаній в умовах сьогодення варто відмітити, що попри вплив різного роду як політичних, так економічних чинників страховий ринок України характеризується відносно позитивними тенденціями та суттєвою кількістю активних суб'єктів, що отримують послуги належної якості. Разом з цим існує чітка спеціалізація страховиків відповідно до окремих видів страхування, що у свою чергу дає підстави для заострення конкурентного середовища та дестимулювання виходу компаній на ринок, здійснення спроб щодо збільшення кількості пропонованих послуг та відповідно іншого роду традиційних видів страхування.

Тим не менш не можна не наголосити на тому, що у довгостроковій перспективі на страховий ринок України очікується безліч радикальних трансформацій, спричинених розвитком цифрової складової економіки та імплементацією різного роду інноваційних технологій у всі можливі сектори економічної діяльності за допомогою використання переваг електронних комерції та бізнесу і мобільних застосунків, що надають змогу покращити конкурентну позицію того чи іншого страховика.

Згідно із зазначеним вище у результаті досягнення прогресу цифрових технологій паралельно створюються відповідні умови для економіки, підприємницької діяльності, освіти, що потребує застосування нових підходів щодо побудови комунікацій, інформаційних послуг і систем. Наслідком процесу діджиталізації страхового ринку стає здійснення вагомого впливу на діяльність страховиків, що перетворюються в ключових його суб'єктів. Завдяки цифровізації у страхових організації посилюються зацікавленість щодо імплементації у свою діяльність базових інновацій. Таким чином страхові компанії можуть спростити процеси і механізми, які лежать в основі продажу страхових продуктів через активне використання таких цифрових технологій, до яких належать

штучний інтелект, автоматизація, хмарні розрахунки та чат-боти.

Як наслідок, все більшої ваги набувають явища реорганізації та модифікації бізнес-процесів з метою її інтеграції із IT-інфраструктурою, що несе за собою позитивні зміни для швидкості проходження бізнес-процесів, полегшення розробки і впровадження нового страхового продукту, формування нових інформаційних каналів.

Висновки. Цифровізацію відносять до нових шляхів формування та розвитку ринку страхування, що передбачає використання певного комплексу технологій та телекомунікаційних систем з метою стимулювання підвищення рівня якості обслуговування потенційних та постійних споживачів страхових послуг. До чинників, що спонукають подальший розвиток цифровізації страхового ринку, можна віднести націленість на трансформування суспільства у нове цифрове, діяльність якого базувалось би на застосуванні різного роду діджитал-технологій.

До того ж у результаті роботи над написанням даної статті з'явилась змога визначити головні тенденції цифровізації, які притаманні українському страховому ринку, а саме:

– масштабування системи діджитал-страхування, яка представлена комплексом різноманітних технологій, що пропонуються страховиками, а саме: замовлення, придбання і проведення оплати за договори страхування в онлайн-форматі, використання страхових калькуляторів, проведення консультацій зі страхування в онлайн та у відеорежимі тощо. Тим не менш досить цікавим фактом є те, що перші приклади розвитку діджитал-страхування в Україні почали з'являтися ще 20 років тому за ініціативи окремих банківських установ, які пропонували надавати послуги зі страхування онлайн. У реаліях сьогодення така співпраця між банками зі страховими організаціями з приводу онлайн-страхування продовжує зміцнюватись та виходити на новий рівень розвитку;

– формування механізму мобільного страхування за рахунок створення відповідних спеціалізованих мобільних застосунків. Попри те, що зазначена тенденція почала набирати обертів відносно недавно, порівнюючи із зарубіжним ринком, існує велика ймовірність поширення практики партнерства страхових організацій та IT-компаній, що займались би розробкою мобільних застосунків за різними напрямками як для

страховиків, так і для страхувальників. До того ж не можна не відмітити таку позитивну ознаку, що характерна для системи мобільного страхування, як скорочення обсягу витрат для страхової організації, пов'язаних із оплатою роботи страхових агентів, що в кінцевому результаті може зумовити вивільнення персоналу страхових компаній;

– використання у процесі своєї діяльності страховиками автоматизованих систем перевірки страхових договорів, що водночас дозволяє уникнути негативного впливу шахрайських дій та покращити наявну систему обслуговування клієнтів страхових компаній;

– популяризація використання переваг хмарних технологій у страховому бізнесі, що в свою чергу дозволяє підвищити шанси збереження даних страхової компанії навіть у випадку поширення «рейдерських атак» і вилучення її серверів;

– запровадження телематики у сфері страхування. Завдяки даній технології у страхових організацій з'являється можливість визначити якомога більш ефективний та оптимальний розмір страхової премії. Переваги телематики набувають актуальності як для страхувальника, так і для страховика, що відображаються у зниженні вартості формування страхового договору та зменшенні ймовірності виникнення страхового випадку відповідно. При цьому, якщо відбувається симбіоз хмарних технологій і телематики, має місце поширення накопичувальних процесів інформації та формування необхідних баз, що містили б інформацію про клієнтів тієї чи іншої страхової компанії.

У кінцевому підсумку можна зробити висновок, що вже не для кого не є новиною те, що з кожним новим днем з'являється все більше нових діджитал-технологій. Ще більш близькою стає перспектива того, що виникнення віртуальних страхових компаній стане такою ж буденною справою як і у випадку віртуальних банків. Поступово перелік операцій, які зможуть здійснювати страховики через мобільні застосунки, буде розширюватись. Однак не потрібно забувати і про інший бік цифровізації, зокрема про такий негативний наслідок відкритості ринку страхування, як кіберризик, протидія яким повинна бути забезпечена злагодженою системою захисту, що наголошує на необхідності у дослідженні цифровізації страхового ринку саме в аспекті вивчення їх дії та пошуку шляхів реагування на них.

Список використаних джерел:

1. Forbes. Як змінюється ринок страхування в Україні під час війни? Розповідає сервіс страхування hotlinefinance. URL: <https://forbes.ua/innovations/yak-zminyuetsya-rinok-strakhuvannya-v-ukraini-pid-chas-viyni-rozpozivadae-servis-strakhuvannya-hotlinefinance-21062022-6627> (дата звернення: 02.02.2025).
2. Forinsurer. URL: <https://forinsurer.com/> (дата звернення: 06.02.2025).
3. Богріновцева Л.М., Ключка О.В. Розвиток страхування в Україні в умовах ризиків пандемії та війни. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 70. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5278/5222> (дата звернення: 06.02.2025).

4. Жилиякова О.В., Волощук О.В. Особливості діджиталізації страхових послуг. С. 90–91. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/42642/1/Aktualni%20problemi%20ta%20perspektivi%20rozvitku%20Ukrayini_2023_90-91.pdf (дата звернення: 28.01.2025).
5. Качула С.В., Белякова К.О. Розвиток страхового ринку України в умовах воєнного стану. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 20. С. 59–64.
6. Лункіна Т., Задорожна О. Діджиталізація страхових послуг в Україні в умовах воєнних дій. С. 32–35. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11996/1/32-35.pdf> (дата звернення: 31.01.2025).
7. Самошкіна І.Д. Стратегічне управління підприємствами в умовах глобальних змін. *Економіка і суспільство*. 2021. Вип. 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1572/1513> (дата звернення: 01.02.2025).
8. Шубенко І.А. Тенденції діджиталізації на страховому ринку України. *Бізнес Інформ*. 2020. № 2. С. 273–279. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-2_0-pages-273_279.pdf (дата звернення: 28.01.2025).

References:

1. Forbes. Yak zminiuietsia rynek strakhuvannia v Ukraini pid chas viiny? Rozpovidaie servis strakhuvannia hotlinefinance. [How does the insurance market in Ukraine change during the war? The hotlinefinance insurance service tells]. Available at: <https://forbes.ua/innovations/yak-zminyuetsya-rinok-strakhuvannya-v-ukraini-pid-chas-viyni-rozpovidaie-servis-strakhuvannya-hotlinefinance-21062022-6627> (in Ukrainian)
2. Forinsurer. Available at: <https://forinsurer.com/> (in Ukrainian)
3. Bohrinovtseva L. M., Kliuchka O. V. (2024) Rozvytok strakhuvannia v Ukraini v umovakh ryzykiv pandemii ta viiny. [Development of insurance in Ukraine under the conditions of pandemic and war risks]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 70. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5278/5222> (in Ukrainian)
4. Zhyliakova O. V., Voloshchuk O. V. Osoblyvosti didzhytalizatsii strakhovykh posluh. [Features of digitalization of insurance services]. P. 90–91. Available at: URL:https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/42642/1/Aktualni%20problemi%20ta%20perspektivi%20rozvitku%20Ukrayini_2023_90-91.pdf (in Ukrainian)
5. Kachula S. V., Bieliakova K. O. (2024) Rozvytok strakhovoho rynku Ukrainy v umovakh voiennoho stanu. [Development of the insurance market of Ukraine in the conditions of martial law]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 20, pp. 59–64. (in Ukrainian)
6. Lunkina T., Zadorozhna O. Didzhytalizatsiia strakhovykh posluh v Ukraini v umovakh voiennykh dii. [Digitization of insurance services in Ukraine in the conditions of military operations]. P. 32–35. Available at: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11996/1/32-35.pdf> (in Ukrainian)
7. Samoshkina I. D. (2021) Stratehichne upravlinnia pidpriemstvamy v umovakh hlobalnykh zmin. [Strategic management of enterprises in conditions of global changes]. *Ekonomika i suspilstvo*, vol. 41. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1572/1513> (in Ukrainian)
8. Shubenko I. A. (2020) Tendentsii didzhytalizatsii na strakhovomu rynku Ukrainy. [Digitization trends in the insurance market of Ukraine]. *Biznes Inform*, no. 2, pp. 273–279. Available at: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-2_0-pages-273_279.pdf (in Ukrainian)

Стаття надійшла до редакції 11.02.2025