

**Київський національний торговельно-економічний університет**

**Кафедра фінансів**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

«Інновації на страховому ринку»

Студента 2 курсу, 6 групи,  
спеціальності 072  
«Фінанси, банківська справа та  
страхування»  
спеціалізації «Страхування»

Черненко Діани  
Вячеславівни

Науковий керівник  
к.е.н., доцент

Ротова Тетяна  
Анатоліївна

Гарант освітньої програми  
д.е.н., професор

Волосович  
Світлана  
Василівна

Завідувач кафедри фінансів,  
заслужений діяч науки і техніки України  
д.е.н., професор

Чугунов Ігор  
Якович

Київ 2019

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ.....	5
1.1.Огляд страхового ринку в сучасних умовах.....	5
1.2.Глобалізаційні прояви та їх вплив на впровадження інновацій на страховому ринку.....	9
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ : ДОСВІД ТА ПРАКТИКА.....	16
2.1. Характеристика інновацій у різних сегментах ринку страхових послуг.....	16
2.2. Аналіз інноваційної активності ринку страхування в Україні.....	22
РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В СТРАХОВІ СФЕРІ.....	37
3.1. Інформаційні технології на ринку страхових послуг.....	37
3.2. Шляхи удосконалення щодо нововведень на страховому ринку України.....	47
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56
ДОДАТКИ.....	60

## ВСТУП

На сучасному етапі неможливо обійтися без інновацій, бо інновації завжди асоціюються із необхідністю нововведень у конкретній ситуації і наявністю інвестиційного потенціалу. Сучасний стан ринку страхування вимагає від страховиків підвищення стандартів роботи через впровадження інноваційних продуктів. У теперішній час існує ряд проблемних питань, що стосуються діяльності страховика, пов'язаних з активізацією інноваційної діяльності. Страховий ринок України постійно розвивається, збільшується кількість компаній з іноземним капіталом, діяльність яких посилює конкуренцію, що стимулює вітчизняних страховиків використовувати інноваційні підходи до розробки нових страхових продуктів та каналів продажу.

Вивченню проблем впровадження інновацій у діяльність страхових компаній присвятили свої праці вітчизняні й зарубіжні вчені такі, як: В. Базилевич, Ю. Кондрат, П. Гориславець, Н. Внукова, О. Залетов, Н. Мілошевич, А. Полчанов, Н. Ткаченко та інші.

**Актуальність теми** полягає в тому, що саме інновації у страхуванні є головним завданням страхової компанії і сутність їх полягає в тому, щоб, використовуючи кращі вітчизняні та світові традиції створити таку економічну, організаційну систему взаємовідносин страховиків з державою, користувачами страхових послуг, яка могла б гнучко, оперативно реагувати на всі тенденції в розвитку споживчого попиту, пропонуючи сучасні види страхових послуг конкретним клієнтам, зберігши доступність страхування для самих різних верств населення, незалежно від віку, роду занять, одержуваних доходів та інших факторів.

**Метою дослідження** є здійснення оцінки сучасного стану та дослідження тенденцій розвитку інноваційної діяльності страхових компаній України.

**Завданням дослідження** є: розкрити сутність поняття «інновації» в галузі страхування; проаналізувати інноваційну активність українських

страховиків; також узагальнити перспективні напрями інновацій на страховому ринку України та запропонувати шляхи розвитку нововведень.

**Об'єктом дослідження** є інновації на страховому ринку України.

**Предметом дослідження** є засади, складові та особливості інновацій на ринку страхових послуг.

У процесі роботи були використані такі **методи дослідження**: аналіз і синтез, конкретизація, аргументація, метод узагальнення (за допомогою якого було зроблено загальні висновки).

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в застосуванні матеріалів у діяльності страхових компаній України для аналізу їх конкурентоспроможності не тільки та вітчизняному ринку, а й на міжнародному. Також використання страховиками результатів дослідження для впровадження інноваційних технологій та продуктів у розширення спектру своїх послуг.

Дипломна робота складається: з вступу, 3 розділів, 8 таблиць, 6 рисунків, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

## РОЗДІЛ 1

### МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

#### 1.1. Огляд страхового ринку в сучасних умовах

В умовах сучасного розвитку української економіки ринок страхових послуг забезпечує ефективний захист від численних ризиків (природних, техногенних та інших), сприяє ефективному способу перерозподілу фінансових ресурсів.

На даний час страхування одна з небагатьох галузей економіки, яка за останні роки має щорічний приріст обсягів наданих послуг. Сучасний технічний прогрес, екологічні і соціальні проблеми примножують ризики, яким піддаються суб'єкти економічних відносин у процесі своєї діяльності. При цьому держава не в змозі бути гарантом усунення наслідків різних надзвичайних подій, катастроф тощо. Варто зауважити, що законодавством України передбачено, що компанії, які отримали ліцензію на проведення страхування життя, не мають права проводити загальні види страхування, і навпаки. Такий підхід характерний для багатьох західних країн [32].

Місце та роль страхування в економіці зводяться до розгляду цього виду діяльності як стратегічного сектору економіки, оскільки страхування :

- дає можливість істотно знизити навантаження на витратну частину бюджетів різних рівнів;
- сприяє соціально-економічній стабільності в суспільстві;
- активізує розвиток підприємницької діяльності;
- є джерелом внутрішніх довгострокових інвестицій в економіку країни;
- сприяє збільшенню зайнятості населення на страховому ринку.

В сучасних умовах розвитку ринкової економіки збільшуються ризики втрати майна та прибутку, що, в свою чергу, породжує попит на послуги страхових компаній. Стримуючим чинником діяльності українського страхового ринку є те, що він знаходиться у досить суперечливій та складній ситуації. Це є

очевидним, адже питання капіталізації і стратегії розвитку своєчасно не були вирішені акціонерами страхових компаній. Ринок страхових послуг є другим за рівнем капіталізації серед інших небанківських фінансових ринків в Україні. Загальна кількість страхових компаній станом на 30.06.2019 становила 249, у тому числі СК "life" – 26 компаній, СК "non-life" – 223 компанії, (станом на 30.06.2018 – 291 компанія, у тому числі СК "life" – 31 компанія, СК "non-life" – 260 компаній). Кількість страхових компаній (Таблиця 1) продовжує тенденцію до зменшення, так станом на 30.06.2019 порівняно з аналогічною датою 2018 року, кількість компаній зменшилася на 42 СК (або на 14,4%). Протягом аналізованого періоду зменшилась кількість укладених договорів страхування на 2 418,8 тис. одиниць (або на 2,4%), при цьому на 3 193,7 тис. одиниць (або на 4,9%) зменшилась кількість договорів з обов'язкового страхування за рахунок зменшення договорів страхування від нещасних випадків на транспорті на 3 422,2 тис. одиниць (або на 5,6%). Кількість укладених договорів зі страхування життя зросла на 918,7 тис. одиниць (або на 76,7%) [13].

Таблиця 1.1

### Кількість страхових компаній

Кількість страхових компаній	Станом на 31.12.2017	Станом на 31.12.2018	Станом на 30.06.2018	Станом на 30.06.2019
Загальна кількість	294	281	291	249
в т.ч. СК "non-Life"	261	251	260	223
в т.ч. СК "Life"	33	30	31	26

За 2018 рік частка валових страхових премій у відношенні до ВВП становила 1,4%, що на 0,1% в. п. менше в порівнянні з 2017 роком; частка чистих страхових премій залишилась на рівні 2017 року та становила 1,0% ВВП.

У порівнянні з I півріччям 2018 року на 3 865,8 млн. грн. (16,5%) збільшився обсяг надходжень валових страхових премій, обсяг чистих страхових премій збільшився на 3 373,8 млн. грн. (20,1%). Збільшення валових страхових премій відбулося майже по всім видам страхування, а саме: автострахування (КАСКО,

ОСЦПВ, "Зелена картка") (збільшення валових страхових платежів на 1 259,6 млн. грн. (21,1%)); медичне страхування (збільшення валових страхових платежів на 711,3 млн. грн. (42,5%)); страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ (збільшення валових страхових платежів на 662,1 млн. грн. (31,2%)); страхування майна (збільшення валових страхових платежів на 422,5 млн. грн. (13,4%)); страхування життя (збільшення валових страхових платежів на 357,9 млн. грн. (20,7%)); страхування медичних витрат (збільшення валових страхових платежів на 354,2 млн. грн. (65,3%)); авіаційне страхування (збільшення валових страхових платежів на 164,0 млн. грн. (63,8%)); страхування від нещасних випадків (збільшення валових страхових платежів на 109,1 млн. грн. (13,1%)).

Питома вага чистих страхових премій у валових страхових преміях за I півріччя 2019 року становила 73,7%, що на 2,2 в. п. більше в порівнянні з I півріччям 2018 року.

Протягом аналізованого періоду зменшилась кількість укладених договорів страхування на 2 418,8 тис. одиниць (або на 2,4%), при цьому на 3 193,7 тис. одиниць (або на 4,9%) зменшилась кількість договорів з обов'язкового страхування за рахунок зменшення договорів страхування від нещасних випадків на транспорті на 3 422,2 тис. одиниць (або на 5,6%). Кількість укладених договорів зі страхування життя зросла на 918,7 тис. одиниць (або на 76,7%). Основні показники діяльності страхового ринку наведені в Додатку А.

З таблиці 1.2 видно, що кожен мешканець України станом на 2018 рік витрачає на страхування близько 14 дол. на рік проти 2923 дол. на жителя Швейцарії, 2576 дол. на одного жителя Японії і 2067 дол. на одного американця. Це говорить про те, що у українських страхувальників не вироблена свідомість на покупку страхового захисту для свого майна та здоров'я при настанні страхових випадків [15].

Таблиця 1.2

**Співвідношення страхових премій до ВВП, дол.**

<b>Країна</b>	<b>Всього</b>	<b>В тому числі Страхування життя</b>
Швейцарія	2923,1	1230,8
США	2067,6	1210,8
Японія	2576,1	673,5
Великобританія	1769,4	627
Франція	1469,5	638,4
Німеччина	1329,4	805,8
Україна	14	3

*Джерело:* [15].

Тож відзначаємо, що на сьогодні рівень проникнення страхування в Україні перебуває все ще на низькому рівні. Проте, відповідно до «Комплексної програми розвитку фінансового сектора України до 2020 року» (Додаток Б) [18].

Також Українська Федерація Убезпечення розробила власний проект Стратегії розвитку страхового ринку 2012-2021рр., метою якого є відродження первинної ролі страхування як суспільно-корисної функції захисту майнових інтересів громадян, суб'єктів економічної діяльності та держави на основі розбудови конкурентоспроможного, відкритого, платоспроможного, оснащеного найсучаснішими інфраструктурними технологіями страхового ринку, з привабливим та широким асортиментом якісних страхових послуг та інструментів, гарантованим рівнем захисту прав споживачів та сучасними методами регулювання і нагляду із залученням інститутів саморегулювання.

Незважаючи на це, на сьогодні слід констатувати відсутність у чинному законодавстві визначення інноваційної діяльності, зокрема і у страхуванні[27]. Поняття інновації та інноваційної діяльності широко використовуються сучасною наукою. Залежно від сфери практичної діяльності, в якій ці поняття вживаються, вони розуміються по-різному. Це може бути і винахід абсолютно нового, і поліпшення вже існуючого продукту; інновація може мати відношення як до сфери інтелектуальної діяльності, так і до матеріального виробництва. Крім того,



цим поняттям можуть визначатися інновації в соціально-політичній сфері. Однак слід зазначити, що численні зусилля, що вживаються з метою уніфікації використання понять "інновація" та "інноваційна діяльність", на цей час ще не привели до єдиного розуміння їх сутності.

Таким чином, можна бачити, що можливості вітчизняного страхового ринку як інструменту соціального захисту населення, реалізуються не повною мірою. На сучасному етапі розвитку, страховий ринок України переживає не найкращі часи. Це супроводжується численними проблемами економічного, інформаційного, кадрового, нормативно-правового, організаційного і технологічного характеру. Чинне законодавство, що регламентує функціонування ринку страхових послуг, не є логічно завершеним і знаходиться в постійному «русі». Відчувається брак кваліфікованих фахівців страхової справи, ґрунтовних наукових досліджень, аналітичних матеріалів із страхової проблематики, що дає можливості до подальших досліджень у даному напрямі.

## **1.2. Глобалізаційні прояви та їх вплив на впровадження інновацій на страховому ринку**

Процес глобалізації економіки є закономірним для світового розвитку. Зростаюча в останні десятиліття взаємозалежність економік різних країн пов'язана з формуванням спільного економічного простору. В рамках сформованого економічного порядку галузева структура, обмін інформацією та технологіями, інтернаціоналізація виробничих сил визначаються з урахуванням світової кон'юнктури, а економічні підйоми і спади набувають всеосяжний характер. На даний час можна з упевненістю стверджувати, що загальносвітові процеси глобалізації та інтеграції не обійшли стороною галузь страхування. Національні страхові ринки переживають процес трансформації в світовий ринок. Перш за все, цей процес характерний для розвинених країн Заходу, але інтеграція до світового ринку страхових послуг торкнулася і країн, що розвиваються і країн з економікою перехідного типу (в тому числі й України).

На даний час страхові компанії розвинених країн представляють собою глобальні фінансові інститути, що об'єднують під одним дахом цілий ряд фінансових послуг від страхування і банківської діяльності до консалтингу, і що володіють різноманітними активами в багатьох країнах. Подібні фінансові групи давно переросли національні ринки і в пошуках нових клієнтів вийшли на міжнародний ринок. До теперішнього моменту сформувалося кілька десятків світових гравців, що визначають структуру світового ринку страхових послуг [25].

Слід зазначити, що виникає необхідність у визначенні основних параметрів й тенденцій розвитку сучасного світового страхового простору та місце страхового ринку України в ньому. Підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних страхових продуктів – основа включення страхового ринку України в процес глобалізації страхових відносин.

Слід зазначити, що особливості взаємодії страхових ринків різних країн впливають на страховий ринок України і сприяють його залученню у світовий страховий простір. Страховий ринок України більшою мірою перебуває в сфері впливу світового ринку. Близький за силою вплив на український страховий ринок здійснюють ринки країн ЄС, Угорщини і Польщі. Це дає змогу стверджувати, що взаємодія страхових ринків цих країн допоможе розкриттю потенційних можливостей ефективної участі України у світогосподарських фінансових процесах. Інтеграційне співтовариство необхідно будувати як складову частину світового господарства, орієнтовану на його норми та правила, що буде сприяти формуванню відкритого страхового ринку. Основні тенденції глобалізації на страховому ринку наведені на рис.1.1.

Глобалізація інновацій на страховому ринку відбувається в наступних тенденціях розвитку

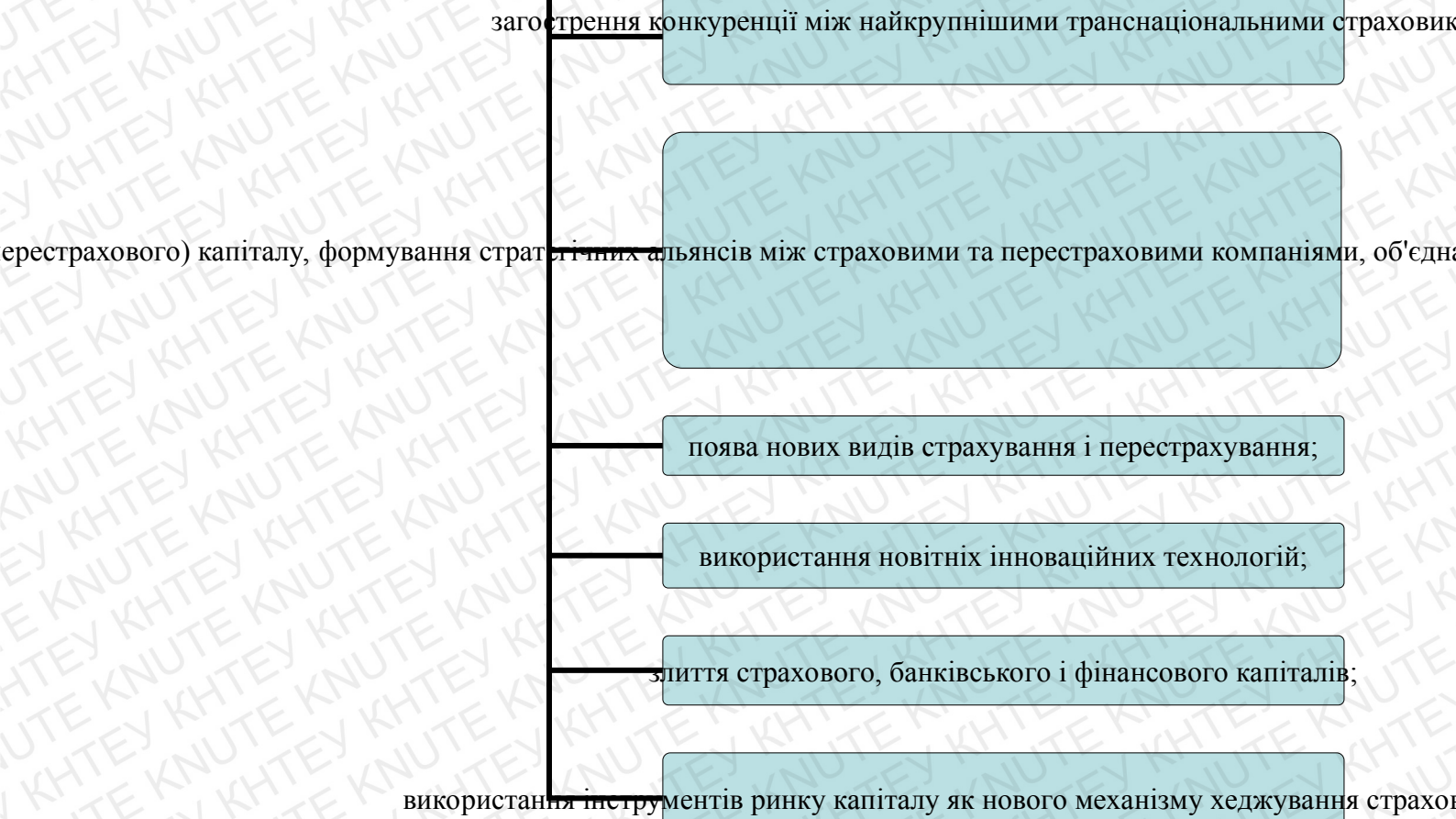


Рис.1.1. Тенденції глобалізації інновацій на страховому ринку

Сучасний стан розвитку страхового ринку в індустріально розвинутих країнах Заходу характеризується посиленням тенденції до монополізації та концентрації капіталу у страхуванні. Можна виділити чотири організаційні форми прояву цієї тенденції, які відображені на рисунку 1.2 [19].

## Організаційні форми прояву тенденцій на страховому ринку

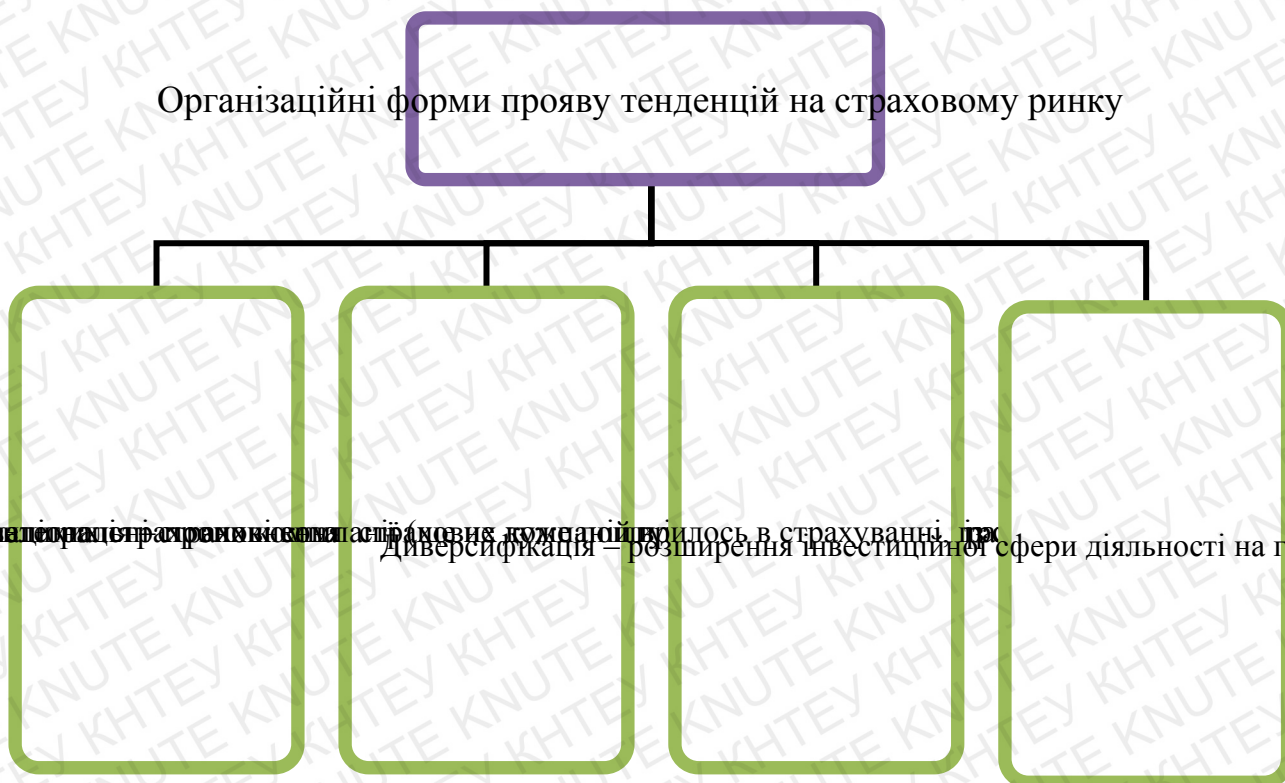


Рис.1.2 Організаційні форми прояву тенденцій на страховому ринку [30]

Вплив глобалізації світового ринку страхових послуг на національні страхові системи має як позитивні так і негативні наслідки, вони наведені в Таблиці 1.3.

Таблиця 1. 3

### Наслідки глобалізації світового ринку

Позитивні	Негативні
<ul style="list-style-type: none"> <li>- залучення іноземних інвестицій у розвиток світової інфраструктури;</li> <li>- підвищення капіталізації та ємності національної страхової галузі за рахунок коштів іноземних інвесторів;</li> <li>- використання передових страхових технологій та «ноу-хау»;</li> <li>- розширення структури і підвищення якості страхових послуг.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- втрата національного контролю над страховими резервами та інвестиційними коштами при домінуючій іноземній участі на страховому ринку чи його окремих сегментах;</li> <li>- обмеження можливості держави з використання механізмів активної соціальної політики в галузі пенсійного та медичного страхування;</li> <li>- супроводження експансії крупних іноземних страховиків, ціновим демпінгом та ін.</li> </ul>

Світовий страховий ринок, сформований на основі інтеграції страхових ринків країн із розвинутою ринковою економікою, підштовхує менш розвинені національні страхові ринки адаптувати свої стандарти до міжнародних, що потребує створення відповідних інститутів та механізмів. Національне економічне середовище виштовхує неадаптований чужий досвід, вимагаючи створювати інститути і механізми, які одночасно відповідають вимогам часу та враховують традиції національного страхового ринку.

Серед напрямів впливу глобалізації на розвиток страхового ринку слід визначити [24]:

- глобалізацію страхування і перестраховування;
- глобалізацію як клієнтської бази страховиків, так і самих страховиків і перестраховиків;
- стандартизацію страхування та перестраховування;
- постійний розвиток технологій та поява нових ринків визначають необхідність удосконалення ведення справ в страхових компаніях, що активізує впровадження ІТ- систем.

Страхові компанії займають провідні позиції, після комерційних банків, за величиною активів і можливістю використання їх як кредитного капіталу. Характер ресурсів, що акумулюється страховиками, дозволяє використовувати їх для довгострокових виробничих капіталовкладень, наприклад, через ринок цінних паперів. Тому страхові компанії займають панівне положення на ринку вільного капіталу.

Говорячи про глобалізаційні прояви в інноваційній сфері страхування не можна не згадати про роль телекомунікацій та їх розвитку в процесі формування світового страхового ринку. Розвиток телекомунікаційної індустрії значно збільшив швидкість обміну інформацій, полегшив доступ до неї, дозволив оперативно відстежувати будь-яку необхідну інформацію. Розвиток телекомунікацій призвів до бурхливого зростання брокерської діяльності, що значно розширило можливості вибору потенційних страхувальників. На формування світового ринку страхування найбільш істотний вплив мала поява

принципово нових ризиків, пов'язаних з розвитком космічної індустрії, атомної промисловості, будівельної галузі та рядом інших. Подібні ризики не під силу самостійно застрахувати жодному страховику. Наслідком цього є поява консорціумів, об'єднань страхових компаній, метою яких і є прийняття на себе подібних глобальних ризиків. Як приклад можна привести консорціум, який застрахував Всесвітній Торговий Центр. Створення і функціонування об'єднань подібного роду, безсумнівно, стало важливим чинником у процесі створення світового ринку страхування.

Страхування є одним з компонентів інформаційного ринку фінансових послуг. Завдяки впливу сучасних інформаційних технологій, страхові відносини видозмінилися. Відбулася модернізація відтворювального процесу і всього ринку фінансових послуг [37]. На світовому страховому ринку відбувається активна діджиталізація галузі – використання страховими компаніями нових цифрових технологій. Діджиталізація зачіпає різні бізнес-процеси страхових компаній, в тому числі продажу страхових послуг.

По-перше, під цифровим страхуванням може матися на увазі економічні відносини, обумовлені наявністю страхових інтересів у організацій і громадян та їх задоволення за допомогою цифрових технологій. Іншими словами, цифрове страхування - це спосіб реалізації страхового захисту на основі цифрових технологій [21].

Цифрові технології впроваджуються страховиками не тільки в канали продажів, але і в передстрахову експертизу ризиків, документообіг зі страхувальником, урегулювання збитків [39]. Використання цифрових технологій призводить до зміни процесу конкуренції страхових компаній, вводить нові фактори конкурентоспроможності, видозмінює споживчу поведінку страхувальників при виборі страховика і страхової послуги.

Діджиталізація конкуренції на страховому ринку може відбуватися за кількома напрямками. По-перше, впровадження цифрових технологій при продажах страхових послуг призводить до цифровізації каналів, тобто до появи нових каналів продажів, таких як інтернет-продажі, продажі у складі блокчейн-

продуктів, продажі через мобільний додаток, продажі за запитами інтернету речей і т. д. Для цифрових каналів продажів характерна канална конкуренція, що має виражені особливості у зв'язку із застосуванням цифрових технологій.

По-друге, використання цифрових технологій в інших бізнес-процесах страхових компаній, таких як супровід договору або врегулювання, може стати причиною конкуренції між традиційними і/або цифровими факторами конкурентоспроможності.

По-третє, індивідуалізація програм страхування, заснована на оцінці великої кількості інформації про страхувальника і об'єкт страхування, може призводити до інформаційної конкуренції [8].

Таким чином, розвиток страхового ринку можна визначити як одне з пріоритетних завдань економіки кожної країни, оскільки страхування виступає як потужний двигун підвищення інвестиційного потенціалу країни, механізм розв'язання гострих соціальних та економічних проблем суспільства. Страховому ринку України необхідно посилити впровадження інновацій та нових механізмів задля інтеграції в міжнародний страховий ринок та стрімкого глобалізаційного розвитку економіки.

## РОЗДІЛ 2

# ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ : ДОСВІД ТА ПРАКТИКА

### 2.1. Характеристика інновацій у різних сегментах ринку страхових послуг

Сфера фінансових послуг на етапі розвитку є досить динамічною з точки зору можливостей впровадження інновацій. Поява нових видів фінансових послуг, методів і технологій надання фінансових послуг, каналів їх продажу, формування нової інноваційної інфраструктури є актуальною науковою та прикладною проблемою в умовах розвитку вітчизняного фінансового ринку. Щодо страхування сформувались переважно консервативні погляди, але його розвиток супроводжувався постійним впровадженням інновацій, що призвело до появи широкого асортименту послуг, технологій їх продажу, різноманітності фінансових відносин у сфері страхування.

Інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [21].

Інноваційна діяльність страхової компанії – це діяльність щодо пошуку нових методів роботи на ринку страхових послуг; аналізу можливих варіантів вкладення тимчасово вільних коштів інвестиційного фонду й фонду власних коштів страхових компаній у фізичні активи, від яких страхова компанія отримає більше доходів, ніж від вкладення у фінансові активи.

Відмінність страхування від інших видів підприємницької діяльності проявляється в особливостях реалізації страхових послуг, формуванні та розміщенні фінансових ресурсів, організаційної структури, стратегії розвитку. Саме ці відмінності потрібно удосконалювати та застосовувати інновації для ефективного функціонування страхового ринку.



Інноваційність страхового продукту повинна проявлятися в таких напрямках як: послуга; канали збуту; методи перестраховування; обслуговування [19].

Поняття інновацій у сфері страхування розглядається як будь-яка комбінація видів діяльності та технологій, що розширює сферу їх застосування, призводить до бажаного результату, забезпечує зростання .

Виокремлюють три типи інновацій [16], які мають циклічний характер:

1. Інновації, які збільшують сферу поширення – перехід від дорогих страхових продуктів, доступних для небагатьох до продуктів масового ринку. Ці інновації покликані екстенсивно розширити ринок.

2. Інновації, які сприяють підтриманню досягнутого рівня – це, по суті, заміна страхових продуктів, перехід до кращої, але принципово схожої моделі їх продажу.

3. Інновації, які підвищують ефективність – це інновації, які дозволяють знизити витрати на ведення справи та збільшити рентабельність л2страхових продуктів (наприклад, використання Інтернет).

Інші автори виділяють такі види інновацій у страхуванні [24]:

- продуктові інновації – розробка нових страхових продуктів або вдосконалення існуючих;
- технічні інновації – вдосконалення методів продажу у діяльності страховика;
- технологічні інновації – зміни в організації діяльності страховика (маркетингові дослідження, нові методи аналізу).
- управлінські інновації – удосконалення, спрямовані на оптимізацію управлінських рішень (організаційна структура, оплата праці).

Класифікуються інновації у страхуванні за різними ознаками з урахуванням напрямів діяльності, яких дотримуються страхові компанії і ринок таких послуг в цілому. Це такі напрями, як створення страхового товару, супровід страхового продукту, розвиток каналів збуту послуг страхування, організаційно-управлінської діяльності страхової організації, взаємодія страхової фірми з

елементами зовнішнього середовища. Класифікація інновацій у страхування в залежності від напряму діяльності представлено в Додатку В.

Крім того, як інноваційний інструмент управління виступає реінжиніринг системи продажу страхових послуг. Страховикам дедалі частіше доводиться змінювати та удосконалювати внутрішні процеси відповідно до вимог сучасного страхового ринку. Під реінжинірингом слід розуміти комплексну процедуру, яка передбачає розробку нових бізнес-процесів у страховій компанії шляхом радикального перепроєктування (реінжинірингу) існуючих процесів, зазвичай на основі інтенсивного використання у нових процесах електронних систем, зміни умов ведення бізнесу, що своєю чергою дає можливість отримання додаткових конкурентних переваг структурної організації та управління страхової діяльності[10].

Бізнес-процеси страхової компанії включають:

- формування статутного капіталу страховика відповідно до завдань, які ставлять перед страховою компанією;
- сегментування ринку;
- визначення тарифної політики страховика;
- здійснення андерайтингу;
- реалізація страхових послуг на страховому ринку;
- урегулювання збитків;
- здійснення відшкодування збитків;
- перестраховання;
- інвестування;
- забезпечення платоспроможності та ліквідності страховика [30].

Ще одним важливим напрямом інноваційної діяльності страховика є створення комплексного страхового продукту для реальних та потенційних споживачів. Така форма співпраці взаємовигідна і для страхувальника, і для страховика. Для страхувальника – це можливість отримати гарантовано повний комплекс якісних страхових послуг та постреалізаційне обслуговування. Для страховика – це можливість збільшити обсяги реалізації страхових продуктів та

послуг, отримати додатковий дохід, залучити додаткових клієнтів, охопити нові сегменти ринку, збільшити власну частку на вже опанованому сегменті, створити позитивний імідж для компанії тощо.

Інноваційний розвиток страхової справи, який буде направлено на створення і реалізацію нових страхових продуктів, розглядати можна з різних сторін.

По-перше, страхова організація робить все, щоб створити абсолютно новий страховий продукт як для вітчизняної, так і для зарубіжної практики.

По-друге, страховик покращує страховий продукт, який вже використовується на ринку, завдяки надання йому яких-небудь нових якостей.

По-третє, страхова організація бере страховий продукт, не популярний на даному ринку страхових послуг, і починає просувати його як нововведення на цьому ринку.

На сучасному етапі значно виріс інтерес саме до нововведень як до страхового продукту, так і до системи його обслуговування. Споживач послуг вже не просто хоче мати поліс на випадок пошкодження автомобіля, а бажає, щоб були передбачені евакуація, ремонт пошкодженої автомашини, а при необхідності і заміна її на час ремонту, надання першої медичної допомоги постраждалим. Клієнт очікує новий страховий продукт, що володіє багатьма властивостями. Створюючи інноваційні продукти сьогодні змінюється сам характер змін. Українським страховим компаніям доводиться діяти в турбулентному, тобто постійно-змінному середовищі. Наприклад, ще не так давно українські компанії пропонували вкрай обмежений набір послуг зі страхування життя: накопичувальне страхування або страхування на випадок смерті. Сьогодні вони пропонують послуги, серед яких пенсійне страхування, страхування на випадок критичних захворювань, страхування до повноліття, та інше [26].

Інновації у страхуванні змінюють і характер виробничих відносин, де основним об'єктом стають процеси, а не їх окремі частини або операції. У створенні страхового продукту, наприклад, беруть участь як і маркетологи, так і андеррайтери, продавці, актуарії, методологи.

Для забезпечення високорентабельної діяльності страхових компаній не лише у короткостроковому, а й у довгостроковому періодах доцільно формувати сприятливе страхове середовище, в якому будуть максимально враховані та захищені інтереси всіх суб'єктів страхування. У цьому контексті важливим постає впровадження інноваційних розробок у сфері надання страхових послуг.

Під інноваційною страховою послугою слід розуміти комплекс системних заходів, спрямованих на гармонізацію всіх етапів страхового процесу з метою отримання фінансово-економічного й соціально-правового ефекту від страхування. Інноваційна страхова послуга має більш привабливі споживчі властивості у порівнянні з попередниками, здатна задовольнити раніше неохоплені потреби потенційного страхувальника та базується на використанні нових технологій.

Інноваційний процес передбачає поступове формування конкурентоспроможної страхової послуги, яка за своїми кількісними та якісними ознаками буде перевершувати свої аналоги. Забезпечення конкурентоспроможності страхової послуги залежить від рівня задоволення страхувальників в отриманому страховому захисті [9]. Інноваційність у страхових послугах проявляється у розширенні послуг з ризиковими складовими; розробленні конкретизованих пакетів послуг для різних груп населення; впровадженні нових інвестиційних можливостей для страхувальників.

Впровадження інновацій у напрямі супроводу страхового продукту передбачає підвищення якості обслуговування споживача при виникненні страхового випадку, а для цього доцільно впроваджувати нові передові технології. Надання страхових послуг передбачає встановлення стабільних партнерських взаємовідносин між страховиком і страхувальником, які, безумовно, залежать від якісного супроводу страхового продукту протягом його життєвого циклу. Досягти якості, яка необхідна для збереження партнерських відносин зі страхувальником, можливо при "інноваційному" супроводі споживача під час дії його страхового контракту.

У великій страховій організації, у якої є величезна клієнтська база, що забезпечує високу якість для обслуговування варто ввести інновації, що будуть

пов'язані з новими інформаційними технологіями. Приміром, такою інновацією є CRM-технологія супроводу споживачів, котра являє собою комплекс методів управління процесами комплексного обслуговування споживачів.

CRM (Customer Relationship Management – Управління взаємовідносинами з клієнтами) – це концепція управління взаємовідносинами з клієнтами. Сучасна CRM направлена на вивчення ринку і конкретних потреб клієнтів. На основі цих знань розробляються нові товари або послуги, і таким способом компанія досягає поставлених цілей і покращує свій фінансовий показник [17].

Існує три CRM-підходи, кожний з котрих може бути реалізованим окремо від інших: Оперативний – автоматизація споживчих бізнес-процесів, що допомагає персоналу по роботі з клієнтами виконувати свої функції. Співробітницький – програма взаємодії зі споживачами без участі персоналу по роботі з клієнтами. Аналітичний – аналіз інформації про споживачів з різноманітними цілями.

Новий страховий продукт можна розглядати як продукт і як послугу. Кожна послуга, у свою чергу може задовольняти або не задовольняти потреби клієнта. Починаючи розробку нового виду страхового продукту, доцільно пам'ятати про обов'язкову умову успіху — продукт повинен задовольняти всі вимоги та побажання клієнта. Страхувальник чекає від страховика більш простий, зрозумілий і вельми потрібний йому страховий продукт. Всі дії по підготовці нового виду страхування можна зобразити таким чином: Робота починається з вивчення потреб страхового ринку.

Для цієї мети вивчається, як правило, кожен сегмент ринку, у тому числі:

- ситуація на страховому ринку (ринок стабільний, статичний, розвивається);
- конкуренція (склад страхового ринку, представлений альтернативними кампаніями);
- споживач (склад ринку споживачів);
- продавці (якість каналів збуту).

Чим складніше поліс, тим вище рівень підготовки продавця. Відправним моментом у роботі зі створення нового страхового продукту є підвищений попит серед клієнтів на певний продукт. Відомості про потребу у новій послугі надходять у страхову компанію кількома шляхами.

Серед них можна назвати:

- опитування клієнтів на місцях силами своїх продавців;
- використання відомостей, представлених незалежними компаніями з вивчення громадської думки;
- опитування клієнтів за допомогою телемаркетингу (послуги незалежної телефонної компанії) та ін [41].

Розробляючи новий страховий продукт, компанія повинна завжди пам'ятати про законодавство, яке регулює відносини між компанією і клієнтом.

Виходячи з вищезазначеного, потрібно звернути увагу на роль інноваційних продуктів на такому ринку як страховому. Цей ринок є дуже гнучким, тому що товаром або послугою там є страховий захист, тобто відшкодування збитків внаслідок страхових подій. На відміну від ринку товарів, щоб зробити страховий продукт, по суті, не потрібно перелаштовувати виробництво, бо такого виробництва, як правило, не має. Потрібно відстежувати тенденції на ринку, підлаштовуватись під потреби клієнтів та надавати існуючим продуктам нові властивості. Слід зазначити, що підвищення ефективності страхової діяльності на основі її інноваційного розвитку, підвищення якості організації страхового бізнесу, оптимальне використання джерел інвестування та раціональне взаємодія із зовнішніми організаціями для реалізації інноваційних проектів у сфері страхування — це актуальний напрям у розвитку ринку страхування.

## **2.2. Аналіз інноваційної активності ринку страхування в Україні.**

На сьогодні страхові компанії, що впроваджують інноваційні процеси, досягають найбільших успіхів на ринку страхових послуг. На страховому ринку України спостерігається збільшення страхових компаній з іноземним капіталом, що стимулює жорстку конкуренцію для вітчизняних страхових компаній. Тому

застосування інноваційних підходів до розвитку страхових продуктів та застосування інноваційних методів, щодо каналів продажу надають страховій компанії конкурентних переваг. За останні 7 років кількість страхових компаній скоротилась на 25% [6]. Це зумовлено тим, що держава постійно вдосконалює законодавчу базу контролю ліцензійних умов, формування резервів, а також врегулювання страхових виплат, а саме анулюванням ліцензій не сумлінних страховиків. Разом з тим на ринку страхових послуг основними страховими залишаються страхові компанії, які цілком, або частково, належать іноземним компаніям.

Також страховий бізнес та його розвиток тісно пов'язаний із рівнем соціально-економічного розвитку країни. В умовах економічного спаду в Україні, розвиток саме інноваційного бізнесу є одним із ключових факторів подолання стагнації та кризових проявів вітчизняної економіки.

У сучасному суспільстві інновації застосовуються в багатьох сферах життя: соціальні, промислові, управлінські, організаційні та інші. При розгляді цієї проблеми важливо мати на увазі і істотну відмінність між поняттями "продукт-новинка" і "інноваційний продукт". Повною мірою інноваційним є той продукт, який базується на суттєвих змінах в його виробництві і дозволяє споживачу отримати нові споживчі якості, на відміну від продукту-новинки як версії вже існуючого продукту. Таким чином, залежно від ступеня інноваційності того чи іншого продукту можна говорити про декілька різновидів нововведень.

По-перше, це можуть бути абсолютно нові продукти, обумовлені виникненням потреби нового типу, яка раніше не зустрічалася. Як правило, кількість таких продуктів невелика і виникають вони досить рідко. Такі інновації прийнято називати "радикальними інноваціями".

По-друге, це можуть бути продукти, що поєднують в собі найкращі риси кількох товарів, які отримали найбільшу споживчу прихильність. Такі інновації прийнято називати "комбінаторними інноваціями".

І, по-третє, це можуть бути вдосконалені продукти, що раніше використовувалися на ринку. Їх прийнято називати "модифіковані інновації".

Інноваційний процес передбачає поступове формування конкурентоспроможної страхової послуги, яка за своїми кількісними та якісними ознаками буде перевершувати свої аналоги. Забезпечення конкурентоспроможності страхової послуги залежить від рівня задоволення страхувальників отриманим страховим продуктом [34].

З огляду на стан страхового ринку в Україні, страховикам необхідно впроваджувати інноваційні технології та продукти, які збільшили б зацікавленість та попит у страхуванні. А також державі необхідно звернути уваги на вдосконалення законодавчої бази для збільшення довіри населення до даної галузі.

Саме інноваційні напрями сприятимуть розширенню масштабів страхової діяльності, завдяки чому виникне тенденція до запровадження інноваційних підходів, що створює умови затребуваності та привабливості страхових продуктів, а це в свою чергу, покращує економічні показники діяльності страхових організацій і ринку страхування в цілому.

Інноваційність в обслуговуванні передбачає використання web-інтерфейсу та асистанс-програм. Впровадження web-програм у страхуванні дозволяє страховикам здійснювати дистанційне обслуговування клієнтів, сприяє зменшенню адміністративних витрат страховика та скороченню часу на укладання договору. Асистанс програми передбачають консультації та надання додаткових послуг клієнтам в разі настання страхового випадку [6]. Програмами асистанс займаються такі компанії: «АльфаАсистанс», «Гарант-Асистанс», «Дедал-Сервіс», «SOS Сервіс Україна», «Всеукраїнська сервісна компанія «УКРАССИСТ», «Юніверсал асистанс» та інші.

Інноваційним підходом у діяльності страхових компаній може стати укладання страхових договорів через Інтернет. На сьогодні зі всіх ризикових страхових компаній віртуальний сервіс пропонують: «Оранта», «АСКА», «ARX», «Інго Україна», «PZU Україна», «ТАС», «Альфа Страхування». Фахівці стверджують, що існує ряд переваг та недоліків укладання договорів через Інтернет. Такий процес є спрощеним, оперативним, передбачає економію часу,



простоту, універсальність, проте не всі види страхових продуктів можуть бути розміщені для продажу, клієнту самому необхідно розбиратись у всіх нюансах і він не може бути повністю ознайомленим зі всіма умовами договору.

Враховуючи інтернет-глобалізацію сфери продажів та підтримки послуг, СК "Альфа Страхування" визначила Direct-продажі як один із важливих елементів стратегічного розвитку. В порівнянні з 2017 роком обсяг Direct продажів збільшився на 46%. Клієнти компанії можуть придбати широкий спектр страхових продуктів за допомогою інтернет-магазину [www.direct.alfaic.ua](http://www.direct.alfaic.ua), системи [Portmone.com](http://Portmone.com). Згідно з сучасними тенденціями, все більше число користувачів Інтернету доходять висновку, що здійснення покупки в мережі – це подвійна економія грошей і часу. На рисунку 2.1 зазначено який вплив здійснюють інформаційні технології на працівників[29].

Не дивлячись на зменшення кількості працівників – обсяг страхових премій на одного працівника збільшувався. Це пояснюється активним розвитком інформаційних технологій в страховій компанії, впровадженням системи онлайн страхування та подальшим розвитком даної стратегії.

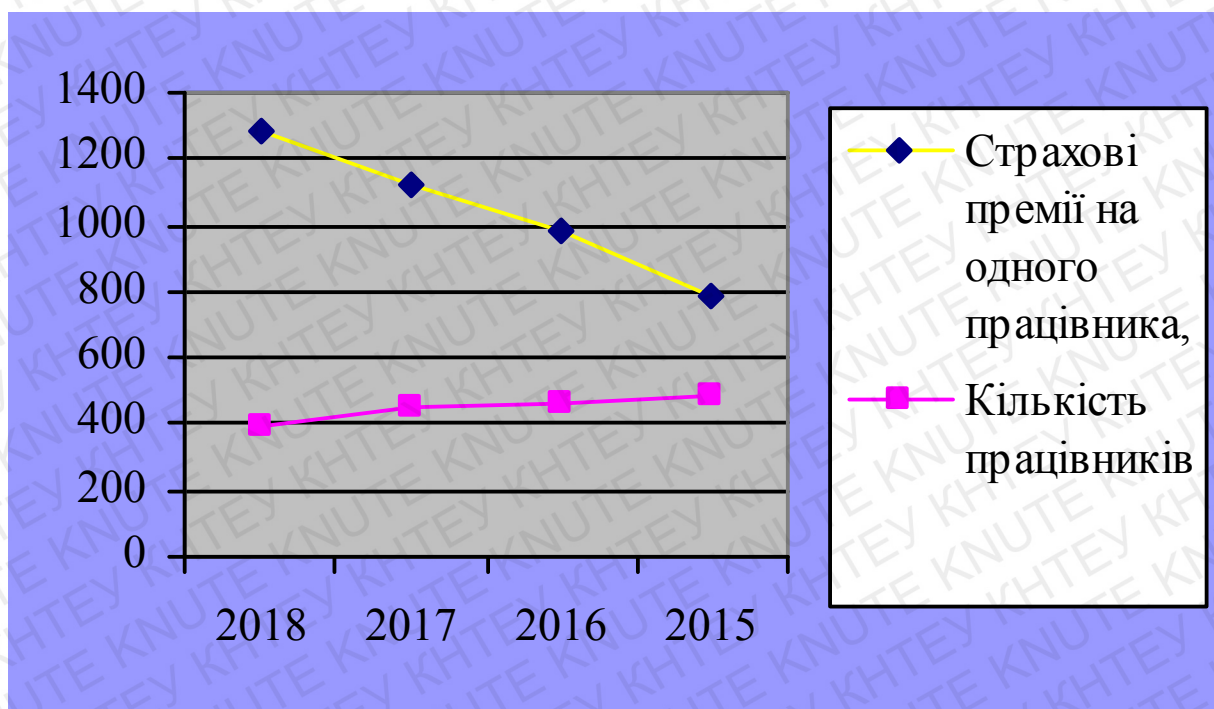


Рис. 2.1. Вплив розвитку інформаційних технологій в страховій компанії на кількість її працівників (на прикладі СК «Альфа Страхування»)

А. Сабірова виділяє перспективним каналом продажів страхових продуктів Інтернет-офіси страхових компаній. Організація страхового бізнесу за допомогою мережі Інтернет відкриває перед страховиками очевидні переваги, оскільки дозволяє долати великі відстані з найменшими витратами. Найбільш поширеними видами страхування в Інтернет – магазинах є:

- обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів;
- медичне страхування. виїжджаючих за кордон; добровільне страхування від нещасного випадку;
- добровільне страхування майна (квартир і дач).[39]

Слід також зазначити, що через Інтернет-представництва страхові компанії реалізують маркетингові рішення, оскільки на сайтах страховиків зручно проводити дослідження цільових аудиторій, встановлювати контакти і підвищувати якість взаємодії з клієнтами за допомогою зворотного зв'язку, відкритих конференцій, консультацій, інтерактивних форумів.

В Україні онлайн-страхування знаходиться на початку свого розвитку.

Існують також «Інтернет-магазини», де потрібно відзначити лише вид страхування, що зацікавив і залишити контактні дані. На цьому участь Інтернету у продажу як правило закінчується. Такі страхові компанії, як UNIQA, Альфа Страхування, PZU, ТАС, Оранта, ВУСО, Універсальна співпрацюють зі страховим порталом Е – polis.

За даними МТСБУ за рік (з 7 лютого 2018 р. по 7 лютого 2019 р.) страхові компанії уклали 230,314 тис. електронних договорів страхування[28]. Станом на 14 червня 2019 р. страховики-члени МТСБУ уклали понад 512 тис. електронних договорів ОСЦПВ. Загальна сума премій за такими договорами склала 362,2 млн. грн[14].

Протягом 1 півріччя 2019 р. щомісячно спостерігається не тільки зростання кількості укладених електронних договорів, але й їх частки в загальній кількості укладених договорів ОСЦПВ. Так, в січні 2019 року електронні договори склали 7% від загальної кількості договорів ОСЦПВ, тоді як в травні – вже

майже 12%. Зараз 42 страховики укладають договори ОСЦПВ в електронній формі[17]. Позитивна динаміка відображена на рис. 2.2.

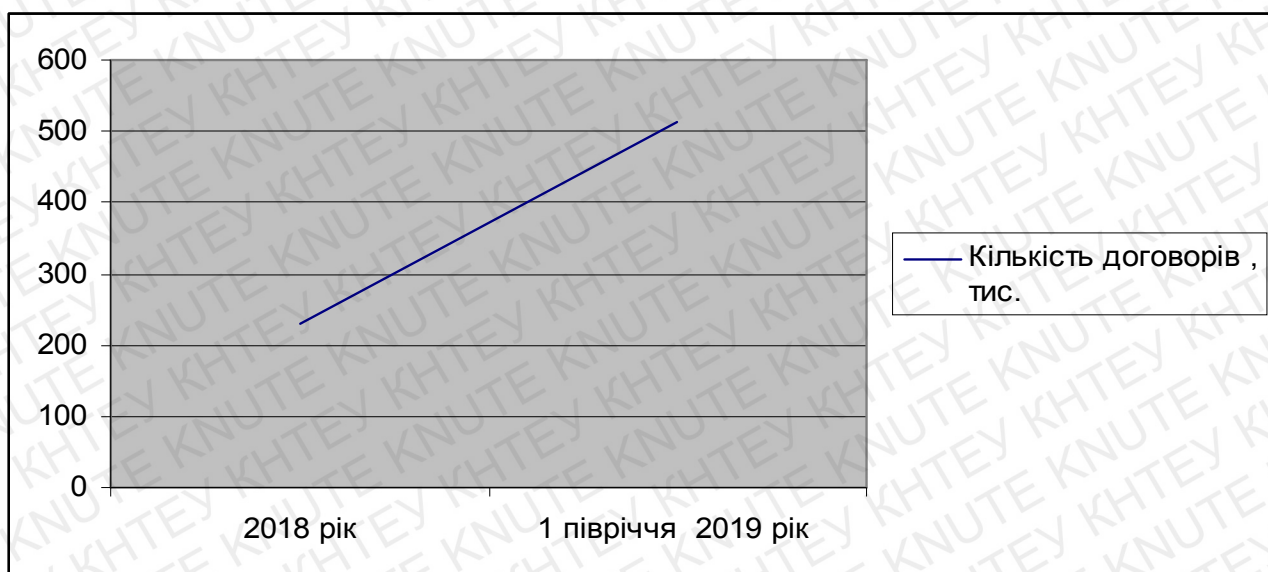


Рис.2.2. Динаміка укладених електронних договорів ОСЦПВ

Лідером за кількістю укладених електронних договорів станом на 14.06.2019 р. є СК «ПЗУ Україна» - 105,1 тис. шт., друге місце у СК «ВУСО» (85,1 тис. шт.), третє - СК «Княжа Вієнна Іншуранс Груп» (65,3 тис. шт.).

Експерти проекту «Фінансовий Оскар», заснованого авторитетним виданням «Бізнес», відзначили п'ятірку українських страхових компаній, що досягли значних успіхів в галузі онлайн-страхування, найефективніше на ринку впроваджуючи ІТ-проекти в сфері страхування клієнтів-фізосіб, які наведені на рисунку 2.3 [23].

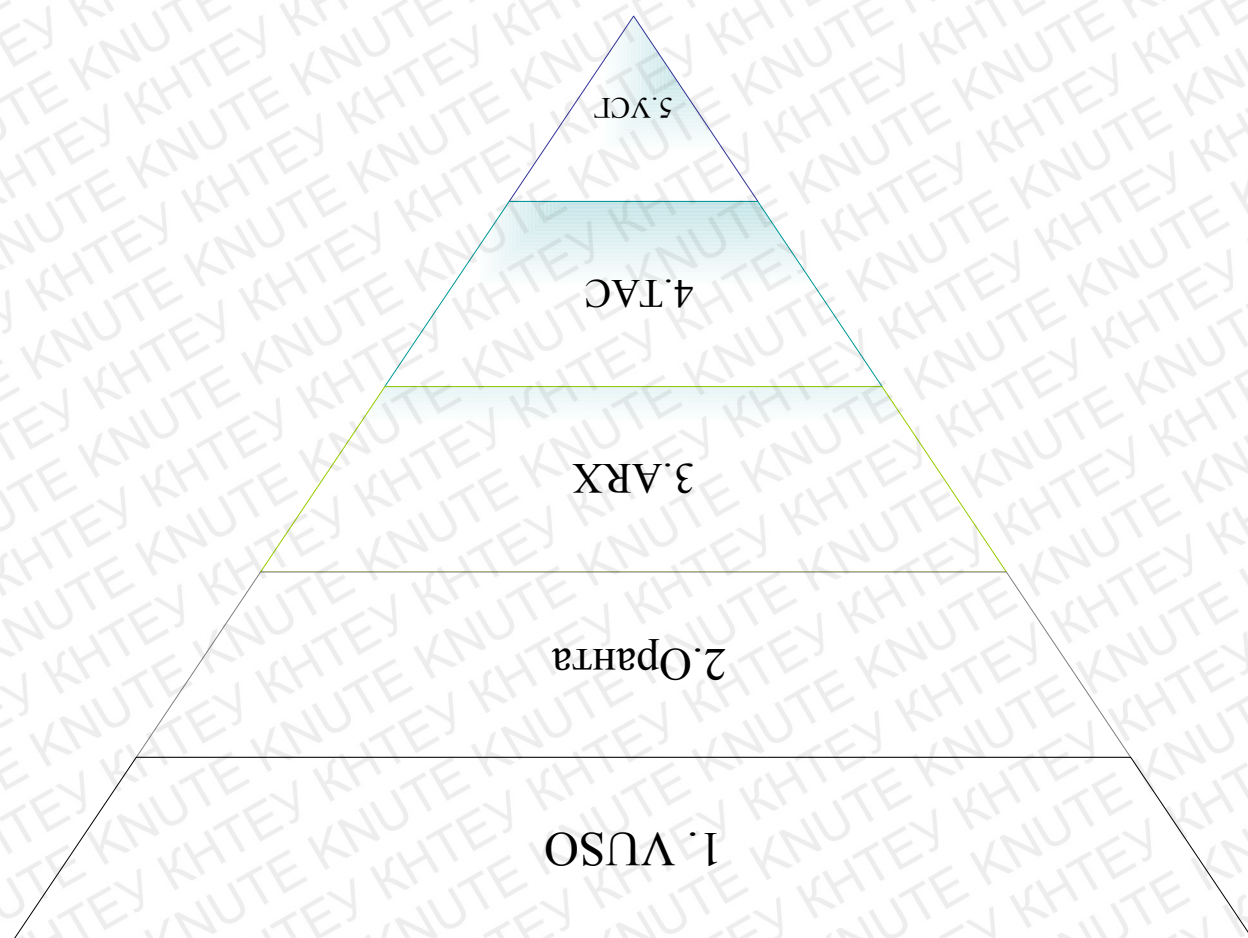


Рис. 2.3. Топ-5 страхових компаній в онлайн-страхуванні

3 липня 2018 року запущені в експлуатацію альтернативні канали комунікації з клієнтами Уніка, а саме: чат-бот Uniq.ua в популярних месенджерах – Viber і Telegram. Чат -бот Uniq.ua містить три розділи-напрямки: «Медицина», «Авто», «Покупка договору», в кожному з яких є підрозділи для отримання інформації з потрібних питань, а також посилання на необхідні розділи сайту компанії, в тому числі посилання на кабінет клієнта MyUniq. Кожен з розділів обслуговується профільними фахівцями компанії. Розділи «Медицина» – медичний асистанс і розділ «Авто» – техасистанс працюють в цілодобовому режимі [40].

Такий канал має також компанія СК «Країна», яка запустила цей сервіс ще у грудні 2017 року. Тепер застраховані можуть не телефонувати до колл-центру, їм

доступний запис до лікаря через месенджери. Страхова компанія презентувала своїм клієнтам нову складову сервісу – чат-боти, які працюють через комерційні аккаунти компанії у Viber, Telegram, Facebook. Боти навчені приймати заявки на плановий запис до лікаря та підтверджувати візит застрахованого. Роботи частково перебрали на себе функцію медичного асистансу: симптоми, які турбують застрахованого по ДМС, можна позначити у заявці, там же обрати профільного фахівця, позначити, чи є потреба у лікарняному листі, залишити коментарі щодо зручної локації. Бот пропонує на вибір час, дату запису та здатен генерувати три варіанти запису одночасно. Окрім цих компаній станом на 2019 рік чатів-ботів також мають НАСК “ОРАНТА”, VUSO та СГ “ТАС” [35].

Однак основною проблемою, що гальмує розвиток страхування через Інтернет, є слабе забезпечення віртуальних платіжних систем в Україні [8]. Основні переваги та недоліки Інтернет-страхування наведені в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

### Основні переваги та недоліки каналу продажу через Інтернет

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none"> <li>- менші витрати на організацію віртуального офісу чи сайту;</li> <li>- витрати з укладання договорів страхування є меншими, ніж витрати на обслуговування клієнта безпосередньо в офісі страхової компанії, або за її межами;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- слабе забезпечення віртуальних платіжних систем;</li> <li>- недовіра потенційних страхувальників до укладання договорів страхування-онлайн;</li> <li>- слабка Інтернет-культура населення;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- доступність-можливість користувача укласти договір страхування з будь-якого місця в будь-який час;</li> <li>- швидкість обробки персональних даних та фінансових розрахунків;</li> <li>- зручність у роботі з пошуку потенційних страхувальників</li> </ul>	

Інтернет-страхування дуже важливий і необхідний напрямок по всьому світу, у тому числі й в Україні. Хоча цей сегмент тільки-но розвивається, він є одним з найважливіших для економіки будь-якої країни, тому розвиток Інтернет-технологій у економічних аспектах для економіки України, яка розвивається, є дуже важливим. Подальший розвиток економіки у сукупності з страхуванням-онлайн призведе до збільшення темпів розвитку економіки, централізації фінансових фондів, що не може не відобразитися дуже позитивно на економічному стані країни в цілому[38].

Цікавою технологічною новинкою, яку корисно впроваджувати у страхових компаніях, є використання мінітерміналу. Міні-термінал — це пристрій для зчитування платіжних карток, який можна підключити до смартфона або планшета на базі Apple iOS чи Android, а також до персонального комп'ютера. В Україні, наприклад, можливість приймати оплату за платіжними картками Visa або MasterCard за допомогою безкоштовного міні-терміналу пропонує ПриватБанк. Міні-термінал працює, як звичайний POS-термінал. Але при цьому страховий агент отримує змогу приймати платежі від клієнтів там, де зручно, а не тільки у фіксованій точці продажу. Під час переказу гроші потрапляють на банківський рахунок страхової компанії [42].

Використовуючи можливості Інтернет-ресурсів можна суттєво покращувати якість обслуговування клієнтів. Так, наприклад, використання Skype надає клієнтам можливість безоплатних дзвінків у страхову компанію із будь-якої точки світу. Деякими страховими компаніями були розроблені мобільні додатки для смартфонів. Функції програми дозволяють знайти найближчий офіс компанії, дізнатися послідовність дій при настанні страхового випадку, заявити про нього або зв'язатися з лікарем страхової компанії для отримання консультації, отримати перелік необхідних документів для виплати відшкодування, а також викликати агента для оформлення страхового поліса і багато іншого. Декілька страхових компаній України вже декілька років підряд тестують такий інноваційний підхід до страхування (СК «Княжа», UNIQA, ARX (до 2019р.- АХА-страхування)) (Додаток Г).

Канал продажу страхових продуктів за допомогою мобільного телефону також має свої переваги, так і недоліки (табл. 2.3)

Таблиця 2.3

### Продажі продуктів за допомогою мобільного телефону

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none"> <li>- зручність та простота у використанні;</li> <li>- страхування у будь – якому місці де є мобільний зв'язок та Інтернет;</li> <li>- відсутність потреби у додаткових документах, що ідентифікують особу;</li> <li>- низька конкуренція серед страховиків;</li> <li>- створення власної бази даних про клієнтів за рахунок прив'язки персональних даних до номера мобільного телефону.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- відсутність реального контакту клієнт;</li> <li>- страхувальний агент;</li> <li>- відсутність норм в українському законодавстві, які б зобов'язували особу користувача мобільних послуг закріплювати за собою номер власного мобільного телефону;</li> <li>- складність в освоєнні мобільних технологій для деяких категорій осіб;</li> <li>- не кожен договір можна укласти за допомогою мобільного телефону.</li> </ul>

Зазначимо, що для України характерна поява страхових стартапів. Так був запропонований програмний продукт EWA, який дозволив впровадити на страховий ринок електронний поліс та ОСЦПВВТЗ. Також в EWA будуються конструктори і калькулятори для КАСКО [42]. За допомогою страховки онлайн власник авто за 1 хвилину може самостійно придбати полісу в мережі Інтернет на сайті компанії, на сайтах банків, інтернет-банкінгів та інших онлайн ресурсах, отримавши її по електронній пошті, сплативши банківською картою і не звертатися в страхову компанію. (Додаток Д)

Основні досягнення EWA станом на 2019 рік : 14 страховиків, 7 банків, 4 найбільші мережі автозаправок, Укрпошта, 10 агрегаторів, сотні агентів і брокерів; 30 тис. користувачів; 15 тис. точок продажів; 10 тис. унікальних користувачів в місяць; 3,2 тис. унікальних користувачів в день; 200 тис. договорів на місяць (40 тис. ОСАГО, 30 тис. Туризм, 85 тис. НС і майно, що

залишилися договори – ДГО, ЗК, і інші види). Було запущено систему мотивації, коли кожному користувачеві за реалізацію поліса нараховуються бонуси.

Діджитал-технології є важливим інструментом в боротьбі за лідируючі позиції на страховому ринку України. Тому СК «Арсенал Страхування» робить у своїй діяльності значний акцент на ІТ, як на одному з важливих способів бути конкурентоспроможними в динамічному, постійно мінливому середовищі.

Інноваційні продукти також присутні в КАСКО Smart від «ARX», що діє з 2017 року.[] Особливість продукту полягає в використанні телематичного пристрою, що аналізує і оцінює стиль водіння. КАСКО Smart спрямований знизити ймовірність настання аварій на дорогах. При укладанні договору КАСКО Smart автовласник відразу ж отримує 5% знижки, а загальна знижка за рік може скласти до 30% від загального платежу. З кожним наступним роком розмір знижки може збільшуватися до 60%.

В даний час в світі налічується близько 20 млн діючих страхових договорів, які передбачають використання телематики. Напрямок автострахування з використанням телематичних пристроїв і мобільних додатків є найбільш активно зростаючим у всьому світі. Телематика рухається до позначки 100 млн користувачів в усьому світі до 2020 року. У мобільному додатку водії отримують повідомлення про дотримання безпечної швидкості, дистанції, стилі гальмування і прискорення, завдяки чому можуть постійно поліпшувати водійські навички [31].

Страхова компанія «Талісман Страхування» за підтримки британських партнерів заснувала перший в Україні сервіс екстреної допомоги водіям – British auto club. Комплекс послуг включає регулярну і строкову професійну допомогу в юридичних і технічних питаннях, а також автострахування. Відтепер українські водії можуть отримати екстрену допомогу в один клік або дзвінок – в будь-якій складній ситуації на дорозі, в будь-якому куточку України і в будь-який час доби [33].

У лютому 2017 року страхова компанія АСКА запустила в Україні он-лайн проект «Одним пальцем» [7].



Проект Одним пальцем – це впровадження на український ринок мобільного страхового агента в якості альтернативи класичному агенту, але більш вільного, технологічного і близького до клієнта. На старті проекту «Одним пальцем» в програмному забезпеченні доступні для продажу туристичні програми страхування для виїжджаючих за кордон «Сімейний туризм», страхування майна з домашнім ассистансом (комплекс організаційно правових дій направлених на врегулювання наслідків страхової події в рамках договору страхування). «Майно +», а також два види накопичувального страхування життя «Впевнений старт», «Забезпечене майбутнє», і програма медичного страхування «Сімейний захист» [12].

Також серед інноваційних продуктів, які стали найбільш цікаві потенційному страхувальнику можна виділити такі програми "Автоматизація продажів страхових продуктів", "Мобільна безпека", "Домашня безпека" та "Екстрим безпека", програма по страхуванню кібер-ризиків CyberEdge, та інші. Тому дуже важливо розглянути можливості застосування інноваційних напрямів і підходів в страховій діяльності, що сприяють розвитку страхової справи і ринку страхування в цілому. Зокрема, такі продукти, як «Мобільна безпека» та «Екстрим безпека», були запущені у продаж страховою компанією «Альфа Страхування» через мережу магазинів «МОУО». Це програми захисту техніки від різного роду ризиків, пов'язаних з непередбачуваними обставинами, які трапляються під час експлуатації. На сьогоднішній день дана страхова компанія співпрацює також з магазинами «COMFY» та «Ringo».

Цікавий страховий продукт запровадила компанія Colonnade Ukraine – страхування відповідальності для ІТ- проектів. Якщо компанія допустилась помилки у проекті і викликала збитки у замовника, компанія відшкодовує збиток, а також додатково покриває витрати на відновлення інформації, консультантів, підрядників та захист у суді.

Також інновації не обійшли й аграрний сектор, який доволі стрімко розвивається на вітчизняному ринку і має попит на міжнародній арені, адже в силу свого потенціалу є привабливим для іноземних інвесторів.

У 2016 році в компанії «Сингента» і Креді Агріколь Банк виникла ідея — не просто пропонувати ринкові ті чи інші продукти страхування, а, поєднавши зусилля, спробувати внести якісні зміни в сектор агрострахування. До розробки нового страхового продукту приєдналася й страхова компанія ARX («АХА Страхування»). Використовуючи спільну експертизу всіх партнерів, команда фахівців IFC розробила страховий продукт, який має зацікавити агровиробників і максимально захистити їх від можливих ризиків. Для того, щоб цей продукт став максимально зрозумілим та ефективним у використанні, забезпечується навчання та консультативна підтримка на етапі його впровадження.

Програма «Ваш урожай — наша турбота» розрахована на три роки. Даний продукт призначений для страхування посівів та майбутнього врожаю озимої пшениці. Аналогічна програма є й для страхування посівів кукурудзи. Так, як аграрії часто стикаються з багатьма ризиками. В першу чергу, це стосується зимових ризиків. Йдеться про вимерзання озимих культур, про появу на полях льодової кірки, відсутність снігового покриву тощо. Передусім продукт розрахований на малих та середній агровиробників, які обмежені в доступі до фінансування. Для них така програма є великою підтримкою. Цей продукт прив'язаний до фінансування з боку Креді Агріколь Банк та отримання товарних кредитів від компанії «Сингента». Таким чином, продукт зорієнтований на чинних та потенційних клієнтів цих компаній. Страховий продукт надає страхове покриття, яке складається з двох фаз із відповідною виплатою відшкодування після кожної фази. Перша фаза — це зимові ризики, друга — це весняно-літні ризики.

Основною перевагою першої фази є те, що рівень покриття площі під культурою складає 95%. Це найвищий показник, доступний на ринку на сьогоднішній день. Стандартно страхові компанії пропонують страховий захист на рівні 70% від страхової суми.

Друга перевага полягає у врегулюванні страхових випадків та здійсненні виплати за кожен загиблий гектар площі культури. Приміром, якщо ризик наступив на полі в 100 га, в результаті чого постраждала площа в 50 га, то,

відповідно, врегулювання відбуватиметься на цих самих 50 га. Умовою для виплати є зниження густоти стояння рослин на 50 і більше відсотків від того, що було зафіксовано під час прийняття на страхування восени. В цьому випадку автоматично відбувається виплата страхового відшкодування по тій площі поля, що не перезимувала. Для підтвердження страхового випадку достатньо візиту представника страхової компанії для його фіксації та оцінки збитків. Жодних інших довідок та документів не вимагається.

Друга фаза (після відновлення вегетації) передбачає страхування майбутнього врожаю. Рівень страхового покриття в цьому випадку дорівнює 70% від середньої врожайності озимої пшениці в господарстві за останні три роки. Таким чином, зниження фактичної врожайності культури за весняно-літній період до нижче від застрахованого рівня є підставою для виплати страхового відшкодування. Базою для розрахунку страхової суми і, відповідно, страхового відшкодування є обсяг фінансування посівної банком Креді Агріколь та компанією «Сингента».

Новація запропонованого продукту полягає в тому, що страхування покриває не лише витрати, які пішли на посів, а й частину планових витрат на вирощування та збирання врожаю. При цьому, маючи страховий захист на весь цикл вирощування культури, агровиробник окремо сплачує страховий платіж за першу та другу фази. Це дозволяє дещо здешевити страхування і тим самим знизити фінансове навантаження на страхувальника.

Однак страховий ринок України на шляху до розвитку має ряд проблем: політична нестабільність в країні; низька грамотність населення та недовіра до страхової сфери; слабкі зовнішньоекономічні зв'язки України в сфері страхування з іншими країнами; проблема надійного і гарантованого вкладення грошей; ситуація в банківському секторі, скорочення обсягів кредитування, високі ставки в тому числі за іпотечними та автомобільними кредитами, криза ліквідності банківської системи, банкрутство цілого ряду фінансово-кредитних установ.

Не дивлячись на те, що нововведення в страховій діяльності безсумнівно тільки покращить положення справ у компанії, але згідно з проведеними

опитуваннями не всі організації усвідомлюють потребу та необхідність впровадження інформаційних систем та технологій.[5] Нижче наведена діаграма, яка наглядно демонструє, що на даний момент доволі низький рівень автоматизації страхового сектору (рис.2.4):

**Чи вважають страхові компанії, що проблема автоматизації є пріоритетною?**

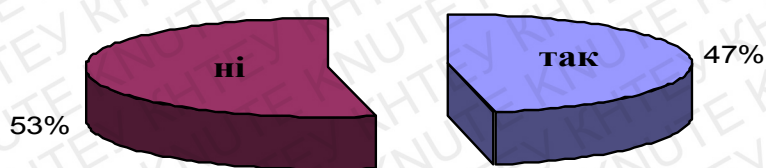


Рис. 2.4 Відношення страховиків до автоматизації

Джерело: [5].

Не дивлячись на те, що досить повільно та невпевнено керівництво різних страхових компаній залучає комп'ютерні технології до управління організацією, а також впроваджує нові інноваційні страхові програми та продукти все ж таки тенденція до нововведень зростає і за рахунок чого зростає і попит на програмні продукти, тобто досить суттєві зміни відбуваються не тільки у страховій сфері, а й на IT-ринку.

Впровадження комп'ютерних технологій охоплює ще й такий важливий аспект, як контролювання обігу грошових коштів, а саме при правильному та свідомому використанні інформаційно-аналітичної системи, яка оброблює велику кількість різної інформації по клієнтам, можна робити досить точні та корисні прогнози щодо приходу та витрат певної суми грошей.

## РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В СТРАХОВІ СФЕРІ

### 3.1. Інформаційні технології на ринку страхових послуг

Структурна реформа економіки України вимагає прискорення розвитку ринкової інфраструктури, до якої відносять ринок інформаційних продуктів і послуг, сучасні телекомунікаційні системи зв'язку та комп'ютерні інформаційні технології. Як свідчить сучасна практика науково-технічного розвитку економічних систем, інформація та економіка тісно пов'язані між собою, а сучасні інформаційні технології стали рушійними силами технологічного та економічного розвитку нашої країни.

Першопричиною, що викликала грандіозні зміни в технологіях, які застосовуються у страховому бізнесі, стала поява і широке розповсюдження Інтернету. Змінилася модель управління бізнесом, радикально змінилась поведінка споживача. Даний огляд розвитку світової страхової індустрії дозволяє виявити основні тенденції змін, як у характері бізнесу, так і технологій, застосовуваних для утримання лідируючих позицій на ринку страхових послуг. Діяльність страхової компанії являє собою ланцюжок процесів, починаючи від маркетингу і планування, до продажу страхової послуги і подальшого врегулювання збитку. Специфіка страхового бізнесу визначає характерні шляхи розвитку страхових компаній та пов'язані з цим завдання, вирішення яких для великої сучасної компанії неможливо без застосування інформаційних технологій (ІТ). Інформаційні технології дозволяють створити єдиний інформаційний простір і виключити вплив організаційних бар'єрів на ефективність роботи компанії [20].

Інновації та використання нових технологій зараз стають запорукою успіху страхової компанії. Покупкою страхового полісу онлайн вже нікого не здивуєш. Тепер для успішної роботи і розширення клієнтської бази страховикам просто необхідно йти в ногу з часом і не лише активно розвивати онлайн-продажі, а й запроваджувати нові сервіси. Окрім того, що широке використання страховими

компаніями інформаційних технологій робить її максимально зручною для клієнта, воно також створює низку переваг і для самого страховика.

По-перше, ці технології дозволяють керівництву СК мінімізувати трудовитрати працівників, а також допомагають створити інтегровану базу даних про об'єкти страхування та прийняті на страхування ризики.

По-друге, інформаційні технології дозволяють підвищити якість процесу керування страховою компанією та створити умови для збільшення обсягів страхових послуг, що надаються клієнтам, без істотного підвищення витрат страховика.

Впровадження цифрових технологій у страховому сегменті ринку відбувається набагато повільніше, ніж у фінансовому, проте згідно з даними аналітичної компанії CB Insights, у 2012-2017 рр. у світі венчурні інвестори вклали у проекти в сфері страхових технологій (InsurTech) понад \$16 млрд. Більшу частину цих коштів було інвестовано протягом 2014-2017 рр. Згідно з останніми даними обсяги інвестицій в інноваційні технології страхового сектора, що були зроблені 2018 р., перевищили \$8 млрд.

Інформаційні технології дають можливість:

- полегшити організацію комунікацій на всіх рівнях управління;
- стимулювати зростання продуктивності праці та підвищення заробітної плати;
- створити сприятливі умови для розвитку економіки;
- створити основу для прискореного розвитку інформаційного суспільства та укріплення демократії;
- швидко знижувати енергоємність окремого виробництва та національної економіки в цілому.

Використання сучасних інформаційних технологій забезпечує для страховика: видачу бухгалтерським, економічним та аналітичним службам необхідних даних для контролю за правильністю страхових операцій, аналізу ситуацій, що складаються на ринку страхування, виявлення резервів подальшого розвитку страхування, поточного та перспективного планування; складання

бухгалтерської та статистичної звітностей; підвищення обґрунтованості рішень завдяки збільшенню обсягу інформації та скороченню термінів її обробки; оперативність та зручність укладення страхових договорів, оформлення страхових полісів та проведення розрахунків з клієнтами [25].

Було виділено найбільш перспективні та привабливі технології з точки зору ринкових перспектив, що представлені в таблиці 3.1 [34].

Таблиця 3.1

### Найпопулярніші технології на страховому ринку

Інноваційні технології	Характеристика
P2P страхування	Можливість для тих клієнтів, які бажають застрахуватися, об'єднатися в схожі групи по ряду ознак і сформувати загальний страховий фонд з якого і будуть відбуватися виплати при настанні страхових випадків. P2P страхові майданчики заробляють на комісії, яку беруть за свої послуги. Привабливість послуги для клієнта забезпечується можливістю повернути частину коштів, які призначаються для виплат за страховими випадками. Чим менше відбувається страхових випадків, тим більше грошей може повернути клієнт P2P сервісу (до 80% відвартості страхового полісу).
«Активована» за запитом страховика	Дозволяє активувати страховку коли вона вам необхідна, платите витівки за період активної дії страхового полісу. Подібна послуга дозволяє активувати страхування від нещасного випадку саме тоді, коли ви відправляєтеся в туристичний похід, а КАСКО в період активного використання авто.
Страхова телематика	Перспективна страхова технологія, що дозволяє віддалено аналізувати персональні дані застрахованої особи. Провайдери систем телематики підтверджують ефективність технології віддаленого моніторингу тим, що ймовірність аварії між “поганими” і “хорошими” водіями може відрізнятись в 6 разів і більше. Завдяки впровадженню віддаленого моніторингу за допомогою телематики “хороші” водії можуть не платити за інших і заощадити на страховому полісі.

Агрегатори страхових послуг і пропозицій	Західним зразком подібного сервісу можна вважати сайт <a href="http://moneysupermarket">moneysupermarket</a> , який дозволяє не тільки знайти найвигідніший страховий поліс, але і отримати спеціальні знижки і акційні пропозиції від провідних страхових компаній.
--	--

Сучасний етап розвитку економіки України і бізнесу характеризується широким застосуванням для обробки інформації та комп'ютерної підтримки рішень новітніх засобів інформаційної технології.

Україна накопичила значний потенціал в інформаційних технологіях. Одним із найсуттєвіших чинників, що забезпечують ефективний розвиток будь-якої сфери економіки та перетворюють окремих її учасників на лідерів ринку, є застосування передових технологій. Не виняток тут і страхова діяльність [25]

Для здійснення операційної діяльності страхові компанії (СК) застосовують корпоративні інформаційні системи (КІС), які дозволяють створити єдиний інформаційний простір і вирішувати завдання обліку. На сьогоднішній день можна класифікувати комп'ютерні системи, які використовують страховики, залежно від функціонального призначення по п'ятьом групам (табл. 3.2) [43].



**Класифікація програмних продуктів, які використовують страхові компанії**

Група 1	Група 2	Група 3	Група 4	Група 5
Системи, які націлені на виконання відповідних елементів технічного процесу на підприємстві (Парус-Підприємство, Галактика, 1С: Підприємство 8, SAP R/3; MS АХАРТА (Navision); BAAN; Frontstep та ін.) В страховому бізнесі найбільше поширення знайшли продукти фірми 1С:Підприємств о.	Програмне забезпечення цього класу це універсальне програмне забезпечення, яке орієнтоване на виконання практично усіх операцій технологічного циклу (MySQL, PostgreSQL, Oracle, MSSQL, Access, Sybase. Відповідно до страхового бізнесу найбільш популярним продуктом є додаток Oracle Insurance.	Програмне забезпечення на основі бізнес-процесного управління, дозволяє відобразити бізнес-процеси організації в графічному і табличному вигляді, тобто візуалізувати технологічні і управлінські зв'язки(CRM системи) (програмне забезпечення WinPeak International nsurance).	Програмне забезпечення цього класу передбачає процесу маршрутизації документів (DocFlow) і управління потоками робіт ( Workflow) в системі управління підприємства. Основне призначення такої системи - це опис та моделювання бізнес-процесів.	Програмне забезпечення цього класу призначено для моделювання і аналізу поведінки бізнес-процесів СК на основі технологій імітаційного моделювання. Імітаційна модель дозволяє аналізувати не тільки велику кількість чинників, а і проводити перспективне планування руху грошових коштів.

Але, для вирішення завдань розвитку компанії, збільшення частки ринку, розробки нових страхових продуктів, підвищення обсягу оборотних коштів і прибутку від їх інвестування страховій компанії необхідно аналізувати величезні масиви інформації, створювати моделі і прогнози страхового і фінансового ринку, що в сучасній ситуації без застосування бізнес-аналітичних додатків неможливо.

У цьому напрямку використовуються сучасні технології імітаційного моделювання – група 5 (табл.3.2).

Це ще один аспект застосування ІТ-технологій в страхуванні, який сьогодні стає одним з найактуальніших – підтримка аналізу та прогнозування, а, отже, прийняття тактичних і стратегічних рішень з розвитку компанії, планування розвитку компанії, розробкою нових страхових продуктів і договорів, вибором напрямків інвестування коштів і та ін. Цей спосіб прогнозування розвитку страхової компанії – побудова моделі її бізнесу. Якщо компанія ставить якусь стратегічну мету, шляхи її досягнення можна оцінювати не тільки на основі зовнішніх і внутрішніх статистичних даних, а й на базі моделі бізнесу компанії.

Розвиток ринку страхування призводить до неухильного зростання числа факторів, що впливають на прийняття стратегічних та управлінських рішень. Для цього необхідно врахувати, формалізувати і описати всі активні операції, які виконує компанія. При правильно вибудованій моделі можна простежити, які операції впливають на той чи інший напрямок діяльності, яка їх вартість, і прогнозувати їх зміни для досягнення поставленої мети.

Оскільки існуюча організаційна структура і процеси сучасної великої страхової компанії дуже складні то, щоб побудувати таку модель, компанії доведеться, по-перше, провести велику методичну та організаційну роботу, і, по-друге, необхідна буде підтримка такого моделювання автоматизованою системою або системою імітаційного моделювання таблиці 3.3. Адекватна імітаційна модель дозволяє аналізувати велику кількість чинників, проводити перспективне планування, якісно планувати рух грошових коштів, враховуючи зовнішні чинники, приймати виважені рішення з управління фінансами компанії, погоджуючи достатню прибутковість інвестицій з необхідною ліквідністю інвестиційних інструментів [16].

**Базові концепції і інструментальні рішення аналітичного моделювання**

<b>Системна динаміка</b>	<b>Дискретні системи</b>	<b>Агентне моделювання</b>	<b>Динамічні системи</b>
Vensim, iThink, Powersim, AnyLogic	GPSS, Simula, Arena, AutoMod, AnyLogic, Extend, ProModel, QUEST, eM-Plant, Taylor ED, WITNESS	AnyLogic	MATLAB

Глобалізаційні процеси в світовій економіці та широке розповсюдження сучасного програмного забезпечення сприяли зростанню Internet торгівлі та його активного використання у бізнес-процесах будь-якого суб'єкта господарювання. Протягом останніх років питома вага обсягу продажів в Інтернет-мережі поступово зростає і досягає рекордних показників.

Організація страхового бізнесу за допомогою мережі Інтернет відкриває перед страховиками очевидні переваги, оскільки дозволяє долати великі відстані з найменшими витратами. Ефективна організація фінансової роботи страхових організацій в сучасних ринкових умовах неможлива без застосування ефективного програмного забезпечення, яке, в першу чергу, дозволяє швидко і кваліфіковано орієнтуватись у вкрай динамічному інформаційному полі. Розглянемо основні переваги застосування сучасних інформаційних технологій для страхувальника та страховика.

Перевагами для страховиків від використання сучасних інструментів інформаційно-програмного забезпечення є: відкриття Internet-представництва, що сприяє географічній диверсифікації та впровадження інноваційних страхових послуг; зниження операційних і часових витрат на реалізацію та облік страхових продуктів; створення власного веб-сайту для дистанційного обслуговування клієнтів; багатофункціональний інтернет-портал, що підвищує лояльність існуючих клієнтів і розширює присутність страхової компанії на ринку страхування [8].

Для споживача страхової послуги використання сучасних Інтернет технологій дає такі можливості: економія часу отримання будь-якої інформації про конкретні страхові послуги визначеної страхової організації; купівля полісу в будь-який зручний момент; можливість за допомогою страхового калькулятора миттєво провести розрахунок вартості послуги; дистанційно провести оплату за договір страхування тощо.

Страховий ринок України потребує в єдиній платформі маршрутизації і інтеграції страховиків і посередників. Така платформа вже існує. Абсолютно новий, ультрасучасний програмний продукт. Це хмарний сервіс, єдина для ринку страхування інтеграційна платформа, яка встановлена на найнадійнішому дата-центрі України класу Tier III – DeNovo на одному майданчику з інформаційними системами МТСБУ: «GreenCard-Online» і «Електронний поліс». А значить зв'язок з сервісами МТСБУ практично миттєвий. EWA – єдина інтеграційна платформа для ринку страхування, на якій встановлюється зв'язок і взаємодіють страховики, банки і посередники. Страховики налаштовують свої страхові продукти, власні та агентські мережі продажу, відкриваючи доступ співробітникам і посередникам. Двоє останніх роблять реалізацію доступних страхових продуктів в «єдиному вікні». При цьому кожен з учасників процесу формує власні мережі продажів і звітність по реалізації в рамках жорстких прав і обмежень [38].

Щодо самої платформи то , система розроблена з нуля з використанням найсучасніших технологій: Java, GWT, PostgreSQL; працює з режимі 24/7/365 із забезпеченням доступності сервісів на рівні 99,9%; надзвичайно швидка реакція: час відгуку системи складає всього 0,06 с.;безпека забезпечується як на рівні каналу зв'язку, який зашифрований надійним SSL-сертифікат, так і на рівні зберігання даних в зашифрованому вигляді; прийом платежів забезпечено інтеграцією з системами банківського еквайрингу і мережами терміналів; реалізація страхових продуктів також ведеться через мережі терміналів; система розрахована на одночасну роботу більш ніж 100 тис. користувачів без втрати швидкості роботи; у системі легко налаштовується брендований інтерфейс; для підтвердження найважливіших дій (наприклад, емісія поліса) використовуються

одноразові SMS-паролі. Паролі агентів не будуть «гуляти» по ринку. Схема роботи платформи EWA наведена в Додатку Е.

Світова практика показує, що такі рішення є еволюційно обґрунтованими і ефективними. Найважливіше, що для підключення до EWA не потрібно інвестувати гроші, доступ до системи надається безкоштовно без будь-яких ліцензійних платежів, будь-якому числу користувачів і будь-якому числу продуктів і договорів.

З EWA не потрібно думати про ІТ, можна займатися прямими функціями, включаючи методологію, маркетинг та продажі:

- легкий механізм автоматичного налаштування страхових продуктів за допомогою зручних конструкторів без залучення ІТ-персоналу: ОСАГО, Електронної поліс ОСАГО, ДМС, Зелена карта, КАСКО, нещасний випадок, майно, туризм, будь-які «коробкові продукти», «продукти на здачу» і інше;
- зручний інструмент управління деревоподібними мережами продажів: власними та агентськими без обмежень рівнів вкладеності і числа користувачів;
- отримання онлайн-звітності з продажу, в тому числі зі статистикою від Google Analytics;
- всі необхідні перевірки, агенти більше не зможуть страхувати КраЗи по категорії мотоцикла, виписувати поліс заднім числом і т.д.;
- повна інтеграція з обліковими системами страховиків як за допомогою веб-сервісів (REST, SOAP), так і файловим обміном (XML через FTP). У тому числі «1С: Підприємство» версій 7.7 та 8.2.

Доступ до EWA забезпечений за допомогою:

- -веб-інтерфейсу, який підтримує всі популярні браузері - для роботи офісних співробітників і агентів страховиків і посередників;
- -мобільних додатків для платформ Android, iOS, WinPhone - для роботи агентів і співробітників «в полях»;

— веб-сервісів - для інтеграції з системами страховиків, банківськими системами, в тому числі мобільним та інтернет-банкінгом, онлайн-магазинами страховиків, посередників і сайтів-агрегаторів, мережами терміналів і т.д [37].

Отже, страхові компанії для свого ефективного функціонування будують свою діяльність, спираючись на таку інформаційно-технічну платформу, в центрі якої знаходиться клієнт. Отримавши всю інформацію про нього та його ризики, які вже є застрахованими, вже здійснюється пропозиція купівлі страхової послуги, яка актуальна для клієнта. Такий підхід формувала високий рівень довіри та лояльності до страховика.

За умов ефективної керованості та гарантованості страхового підприємництва, недостатньо вдосконалювати лише законодавство, що регулює страховий ринок. Необхідно розробити та впровадити такий комплекс інформаційно-технічного та програмного забезпечення, який би охопив всі сектори діяльності страхових організацій та сприяв упорядкуванню та поглибленню взаємовідносин між суб'єктами страхового ринку на всіх етапах процесу створення валового внутрішнього продукту держави. Отже, аналізуючи все вищезазначене можна зробити висновки про те, вплив інформаційних систем і технологій на результативність надання страхових послуг досить великий та переважно позитивний. Застосування нових технологій у страхуванні дозволить страховим компаніям створювати адаптовані до потреб клієнта продукти, які унікально підходять для кожного клієнта. Однак страховий ринок України має певні перешкоди на шляху до впровадження нових технологій. Тому необхідно проводити обґрунтовану державну політику спрямовану на підтримку страхових компаній, що використовують інформаційні технології та створювати умови для розвитку страхової галузі, держава має сприяти розвитку страхової грамотності населення та підвищенню довіри до даного сектору, а також рекомендується співпрацювати з успішними InsurTech компаніями, що функціонують у світі та орієнтуватись на їх досвід.

### **3.2. Шляхи удосконалення щодо нововведень на страховому ринку України**

На сьогодні страхові компанії, що впроваджують інноваційні процеси, досягають найбільших успіхів на ринку страхових послуг. На страховому ринку України спостерігається збільшення страхових компаній з іноземним капіталом, що стимулює жорстку конкуренцію для вітчизняних страхових компаній. Тому застосування інноваційних підходів до розвитку страхових продуктів та застосування інноваційних методів, щодо каналів продажу надають страховій компанії конкурентних переваг.

Одним з найважливіших напрямків впровадження інновацій слід розглядати маркетингову діяльність, адже успішне функціонування будь-якої страхової компанії, ефективне управління нею у великому ступені залежать від ефективного застосування системи маркетингу. Впровадження маркетингу в діяльність страхових компаній дозволяє підвищувати ефективність надання послуг. Страховий маркетинг повинен бути орієнтований на найширше коло клієнтів, на їх різноманітні інтереси [30].

Впровадження інновацій передбачає поступове формування конкурентоспроможних страхових продуктів та послуг, яка за своїми кількісними та якісними ознаками буде перевершувати свої аналоги. Забезпечення конкурентоспроможності страхових продуктів та послуг залежить від рівня задоволення споживачів в отриманому страховому захисті. Сукупність факторів, які формують конкурентоспроможність страхових продуктів на страховому ринку, відображено у Додатку Ж.

Провівши дослідження слід констатувати, що досить мала кількість Українських страхових компаній займається впровадженням інноваційних процесів. Це зумовлено тим, що процедура нововведень передбачає розробку нових страхових продуктів, що включає:

1. Проведення маркетингового дослідження.
  - 1.1. Визначення потреб потенційних споживачів.
2. Розробка технічної основи.

- 2.1. Визначення тарифів, умов.
- 2.2. Створення рекламної компанії.
3. Використання маркетингових інструментів для просування нового продукту на ринок.

На сьогодні провідні зарубіжні компанії відійшли від шаблонів звичного маркетингу та вдаються до нетрадиційного маркетингу.

Нетрадиційний маркетинг — це концепція маркетингу, яка спрямована на пошук фірмою або підприємцем своєї маркетингової ніші, відмову від відкритого конкурування зі своїми потужними конкурентами у "чистому полі", концентрацію зусиль на відокремлених ділянках "фронту" та використання нетрадиційних але ефективних способів реклами та просування своїх товарів та послуг. Також нетрадиційному маркетингу властиві гнучкість та мобільність.

Основними складовими нетрадиційного маркетингу є:

- брендінг;
- промоушн;
- налаштування контекстної і таргетированної реклами;
- створення і впровадження програм розвитку;
- підготовка та створення контенту для всіх ресурсів бренду;
- оформлення ресурсів бренду;
- Publik Relations (PR) [1].

Застосування нетрадиційного маркетингу для страхового ринку України є дуже актуальним, оскільки специфіка страхової галузі формує необхідність перегляду доцільності застосування традиційних методів та інструментів, а також формує потребу у інтеграції нестандартних для страхового ринку України видів маркетингових комунікацій. Одним із видів нетрадиційного маркетингу виступає вірусний маркетинг. Цей вид маркетингу широко використовуються провідними компаніями світу. Його зміст полягає в тому, що інформація про продукт подається потенційному користувачу приховано та розповсюджується за допомогою інтернет, теле-, радіоресурсів (фільми, токшоу, Youtube, Instagram, Facebook) тощо. Прикладом такого підходу маркетингового рішення голландської



страхової компанії "Centraal Beheer" спільно з рекламним агентством "DDB Амстердам". Основною ідеєю їх піар компанії було створення конструкцій в різних частинах Амстердама, які зображали різні життєві страхові випадки [3].

У сучасних конкурентних умовах ринку страхових послуг страхові компанії все більше уваги приділяють акціям, знижкам та нестандартним (індивідуальним) ризикам.

Можемо виокремити в середовищі інтернет-маркетингу такі інноваційні механізми впливу на цільову аудиторію:

1. SEO оптимізація (SEO — англ. search engine optimization, дослівно "пошукова оптимізація") — це комплекс заходів направлених на підняття позицій сайту в результатах видачі пошукових систем (google, yandex, yahoo та ін.) за певними запитами (ключовими фразами). При створенні сторінок у соціальних мережах збільшується індексація пошуковими системами, в наслідок чого підвищується позиції в списку результатів пошукових запитів цільових споживачів [2].

2. Придбання та використання реклами в мережі Інтернет. Існують наступні види інтернет реклами: банерної реклами, графічної реклами, спонсорських пакетів, фото і відео контенту у мережі wifі, тощо.

Наступний момент, на який потрібно звернути увагу при впровадженні інновацій є пошук ефективних методів та форм співпраці між суб'єктами страхування. Першочергового значення набувають управлінські заходи, які здійснює страховик з метою оптимізації страхової діяльності.

Страхові маркетингові інновації – це використання новітніх технологій задля удосконалення існуючих видів страхових продуктів та послуг або для розроблення нових, які врешті-решт приносять прибуток. Насамперед, страхові маркетингові інновації є засобом зміни продуктів та послуг, підвищенням їх якості, а також надають можливість раціонально використовувати наявні ресурси, зменшуючи витрати.

Як зазначає Т. Сініцина, новий страховий продукт повинен задовольняти сучасні потреби страхувальника; відрізнятися та бути цікавим для достатньо

великого числа споживачів; бути простим та зручним у продажу; мати конкурентні переваги; відрізнитися сервісом та високою якістю тощо. З огляду на це інноваційність страхового продукту повинна проявлятися в таких напрямках як канали збуту; методи перестраховування; обслуговування та послуга [32].

Вибір каналів збуту відіграє важливу роль у страховій діяльності, оскільки цей процес передбачає розповсюдження страхових послуг, за допомогою підприємств або окремих осіб, які виконують посередницькі функції між страховиками та страхувальниками. Використання інноваційного підходу при виборі каналів збуту дозволяє охопити якомога ширшу аудиторію споживачів. Розповсюдження страхових послуг відбувається через канали прямого продажу або через посередників – страхових агентів та брокерів.

Щодо нових страхових продуктів, то відсутність права власності на інноваційні розробки призвело до майже ідентичності пакетів страхових продуктів та послуг більшості ризикових компаній України.

Ще однією необхідною умовою впровадження інноваційного процесу у діяльність страховика є забезпечення якості страхових послуг, основними критеріями якої є:

- імідж страховика – наскільки страхова компанія заслуговує на довіру і серед страхувальників, і серед колег по страховому ринку;
- соціально-економічні характеристики – широта страхових гарантій, перелік покритих страхуванням ризиків, обмеження у страхових ризиках, права та обов'язки суб'єктів страхування, сукупність основних та додаткових послуг;
- фінансові характеристики – рівень страхової премії, ліміт відповідальності страховика (страхова сума), системи страхового відшкодування, які застосовуються у разі укладання договорів страхування;
- капіталізація страхової діяльності – при зростанні розміру статутного фонду страховика збільшуватимуться його можливості щодо покриття ризиків страхування;

- прозорість та ступінь доступності – можливість отримати страховий захист відповідно до існуючих ризиків, простота норм страхового договору та захист інтересів страхувальників, ефективне здійснення заходів, спрямованих на поточне обслуговування за договором страхування;
- партнерські взаємовідносини між страховиком та страхувальником – дозволяють максимально узгодити майнові інтереси та ретельно виконувати взяті на себе обов'язки згідно з договором страхування;
- надійність та безпечність – передбачає формування такої страхової послуги, яка б мала мінімальний ризик для страхувальника;
- швидке, якісне її справедливе врегулювання страхових випадків – зобов'язує суб'єктів страхування дотримуватись всіх умов, закладених у правилах та договорі страхування.

З метою вдосконалення діяльності страхового ринку доцільним є впровадження низки заходів:

- доречним є підвищення уваги до розвитку страхування інноваційних ризиків, яке є недостатньо представленим на вітчизняному ринку ;
- з метою пропагування й розвитку добровільного страхування потрібно розширити можливості використання страхових послуг різними верстами населення ;
- на законодавчому рівні необхідно врегулювати питання щодо розширення способів реалізації страхових послуг , включаючи електронні продажі страхових продуктів за окремими видами страхування ;
- сприяти подальшому розвитку добровільного медичного страхування;

Реалізація переліченого комплексу заходів сприятиме розширенню кола потенційних страхувальників, забезпечить доступність страхових послуг для всіх категорій громадян і юридичних осіб, що в підсумку призведе до позитивного розвитку страхового ринку України.

Також віртуалізація економічних відносин даватиме змогу страховій компанії вдосконалити спектр страхових послуг. Інноваційний маркетинг дає змогу страховику відкрити для себе нові канали популяризації компанії та підвищити рівень продажу страхових продуктів шляхом використання нестандартних методів та технік. За таких умов особливого значення набувають проведені дослідження сутності та місця інноваційних методів та підходів до формування маркетингової політики на ринку страхових послуг в Україні, а також наданих пропозицій щодо перспектив використання сучасних інформаційних технологій в страховій діяльності.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Інноваційний розвиток страхової діяльності в Україні відбувається під впливом процесів глобалізації, розширення і все більшого використання інформаційних технологій, а також віртуалізації економічних відносин.

Виходячи із специфіки страхової діяльності, визначаються основні особливості її інноваційного розвитку. Відсутність патентування страхових послуг мотивує страхові компанії постійно вдосконалюватися, розробляючи нові підходи у процесах взаємодії із клієнтами, партнерами, освоюючи альтернативні канали збуту. Залежно від об'єкту інновацій, виділяють маркетингові, продуктові, процесні, організаційні інновації. Оскільки розробки страхових компаній нічим не захищені, єдиним варіантом забезпечення конкурентних переваг компанії є миттєве реагування на кон'юнктуру ринку, що вимагає гнучкості в управлінні бізнес процесами. Збільшується роль інформаційних технологій у страховій діяльності, що вимагає значних витрат на розвиток ІТ-інфраструктури. Якщо раніше цифровий ("digital") бізнес асоціювався в основному із використанням електронної комерції, то сьогодні із широким застосуванням смартфонів та комп'ютерної техніки, спеціалізованих програмних пакетів, систем підтримки управлінських рішень, автоматизованих систем управління, хмарних технологій його масштаби значно розширені.

Використання електронної комерції призводить до оптимізації персоналу страхових компаній у бік скорочення працівників відділу продажів та страхових агентів. Значно розширюється коло потенційних страхувальників. Використання методів електронної комерції в страхуванні дозволяє персоніфікувати страховий поліс до фактично повної його відповідності до потреб кожної людини та підвищити ефективність діяльності самої страхової компанії. Автоматизація інформаційної системи страховика та розвиток онлайн-страхування є необхідною умовою для ефективного управління страховою компанією на сучасному етапі розвитку страхового ринку. Запорукою ефективного бізнесу страхової компанії буде його потужна інформаційна система.

Страховим компаніям потрібно відстежувати тенденції на ринку, підлаштовуватись під потреби клієнтів та надавати існуючим продуктам нові властивості.

Україна має можливість врахувати помилки розвинених економічних країн у сфері надання страхових послуг та вибрати з накопиченого світового досвіду те, що більшою мірою відповідає нашому рівню соціально-економічного розвитку і вітчизняному менталітету. Однак, безсумнівним викликом для здійснення страхової діяльності в умовах відкритих ринків є необхідність впровадження інноваційних технологій та рішень на всіх етапах здійснення страхової діяльності.

Якщо говорити про довгострокові тенденції в інноваційній діяльності на страховому ринку, то в першу чергу треба виділити такі напрями:

— розширення використання ІТ і мобільних пристроїв (планшетів, смартфонів і т.п.), як в бізнес-процесах компанії її співробітниками для зв'язку між собою і з офісом, так і для підтримки комунікацій з клієнтами;

— повне використання внутрішньої і зовнішньої статистичної інформації, збільшення обсягу доступної інформації про клієнтів, пошук нових джерел інформації про споживачів (наприклад, у соціальних мережах);

— інновації в сфері клієнтського обслуговування, "багатоканальна" взаємодія з клієнтом, винагорода клієнта за лояльність;

— скорочення часу "відгуку" компанії на клієнтські запити, надання швидкого і якісного обслуговування — що, в свою чергу, вимагає істотних вкладень у ІТ і модернізацію бізнес-процесів у страховій компанії.

Головними напрямками розвитку страхового ринку в Україні, повинні стати:

— реалізація єдиного бачення стратегічного розвитку вітчизняного страхового сектору та його окремих складових;

— приведення чинного законодавства у відповідність з нормами, правилами та вимогами країн Європейського союзу;

— вдосконалення державного нагляду шляхом впровадження пруденційного нагляду за страховою діяльністю, що передбачає комплексний контроль таких параметрів діяльності страховиків, як внутрішня система управління і контролю

за ризиками, прозора фінансова звітність, виявлення недоліків у діяльності страховиків на ранніх стадіях їх розвитку;

– сприяння зростанню довіри населення до страхових організацій та посередників.

Таким чином, вирішення проблем вітчизняного страхового ринку дасть змогу використовувати його можливості як потужний інструмент соціального захисту населення, а в довгостроковій перспективі стати потужним джерелом інвестиційних ресурсів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1 Howard Mills, Bernard Tubiana. Innovation in insurance: The path to progress. (Published March 15, 2013) URL: [dupress.com/articles/innovation-in-insurance/](http://dupress.com/articles/innovation-in-insurance/)
- 2 Insurance Industry Trends for 2018: A Top 5 Countdown URL: <https://www.insurancejournal.com/magazines/magfeatures/2018/02/19/480659.htm>.
- 3 Top technology trends in 2018 for the insurance industry URL: <https://www.moneycontrol.com/news/technology/top-technology-trends-in-2018-for-the-insuranceindustry-2489511.html>.
- 4 Агрострахування виходить на новий рівень URL: <http://milkua.info/uk/post/na-rinku-agrostrahuvanna-prosuvaetsa-innovacijnij-strahovij-produkt>
- 5 Аккозов Б. Страховщики РК готовы к online-страхованию, а законодательство - нет URL: [http://www.kursiv.kz/news/details/finansy/strakhovshchiki\\_rk\\_gotovy\\_k\\_online\\_strakhovaniyu\\_a\\_zakonodatelstvo\\_net/](http://www.kursiv.kz/news/details/finansy/strakhovshchiki_rk_gotovy_k_online_strakhovaniyu_a_zakonodatelstvo_net/)
- 6 Аналіз сучасного страхового ринку URL: [http://ufu.org.ua/ua/about/activities/strategic\\_initiatives/5257](http://ufu.org.ua/ua/about/activities/strategic_initiatives/5257)
- 7 АСКА запустила в Україні інноваційний он-лайн проект ОДНИМП@ЛЬЦЕМ URL: <http://www.aska.com.ua/rus/news/411/>
- 8 Внукова Н.М. "Розвиток інтернет-страхування в Україні" // Страхове
- 9 Єрмошенко А.М. Окремі стратегічні аспекти управління страховими компаніями URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape\\_2013\\_11\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2013_11_20)
- 10 Залетов О.М. Якість активів страховиків - один із пріоритетів реформ страхового ринку // Insurance TOP. 2017. № 1 (57) С. 2- 3.
- 11 Инновационный продукт КАСКО Smart с телематикой от "АХА Страхование" доступен в 8 городах Украины URL: <https://forinsurer.com/news/17/10/11/35560>
- 12 Інноваційні продукти на вітчизняному ринку страхування життя URL: [http://www.ufin.com.ua/analit\\_mat/strah\\_rynok](http://www.ufin.com.ua/analit_mat/strah_rynok)



- 13 Інформація про стан і розвиток страхового ринку URL:  
<https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-strakhovoho-rynku-Ukrainy.html>
- 14 Кількість електронних полісів перевищила позначку в півмільйона URL:  
<http://www.mtsbu.ua/ua/presscenter/news/152643/>
- 15 Класифікація страхування у країнах ЄС URL:<http://insins.net/insurance/18-klasifkacya-strahuvannya-u-krayinah-yes.html>
- 16 Клепікова О. А. Імітаційна модель страхової компанії як спосіб досягнення стратегічних фінансових цілей URL:  
<http://www.economics.opu.ua/2013/n4.html>
- 17 Ключові кроки для успішного впровадження CRM URL:  
[http://crm.com.ua/index.php?lang\\_id=1&content\\_id=59](http://crm.com.ua/index.php?lang_id=1&content_id=59)
- 18 Комплексна програма розвитку фінансового сектору URL:  
<https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=73007243>
- 19 Кондрат І.Ю., Попович Х.В. Інноваційний підхід до формування страхових продуктів URL: [ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18368/1/30-Kondrat-50-52.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18368/1/30-Kondrat-50-52.pdf).
- 20 Корнієнко Ю.В. Вплив інформаційних систем і технологій на страховий ринок URL:<http://pck.kneu.edu.ua/?p=445>
- 21 Мілошевич Н.В. Тенденції розвитку інноваційної діяльності страхових компаній України / Вісник НТУ "ХПІ" - 2013 - № 53 (1026) - С.68-72.
- 22 Намонюк В.С., Підчоса О.В. Решоринг: проблеми та перспективи : монографія: ВПЦ Київський університет, 2018. С. 136-154.
- 23 Номінація страховик онлайн URL: <https://business.ua/special/75-finansovij-oskar-2018/4781-nominatsiia-strakhovyk-onlain>
- 24 Полчанов А.Ю. Теоретичні основи страхового менеджменту / Вісник ЖДТУ - 2014 -№ 2 (68) - С. 282-287.
- 25 Пономарьова О. Б. Проблеми та перспективи розвитку страхового маркетингу в Україні [Текст] / О. Б. Пономарьова, Т. Р. Воробйова, Л. А. Саєнко // Молодий вчений. - 2016. - №12. - с. 83-98

- 26 Приказюк Н.В., Моташко Т.П. Роль Інтернету в реалізації страхових послуг / Н.В. Приказюк, Т.П. Моташко // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка. - Київ, 2014. - №156. - с. 45-52;
- 27 Про страхування: Закон України від 07.03.1996 № 86/96. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>
- 28 Продажі електронних полісів зростають URL: <https://www.business.ua/person/4783-prodazhi-elektronnykh-polisiv-zrostaiut>
- 29 Річний звіт про роботу компанії «Альфа-Страхування URL: <http://https://alfaic.ua/ru/dokumenty>
- 30 Сабірова А.// Особливості етапів розробки маркетингової стратегії страхової компанії URL: [VKNU\\_Ekon\\_2013\\_135\\_18.pdf](VKNU_Ekon_2013_135_18.pdf)
- 31 Самый популярный fintech в мире: есть ли у него будущее в Украине URL: <https://www.ipay.ua/blog/articles/samuj-populyarnyj-fintech-v-mire-est-li-u-negobudushhee-v-ukraine>
- 32 Сініцина Т.А. Формування системи маркетингової діяльності страхової компанії / Т.А. Сініцина // Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. - 2014. - №5. - С. 210-216
- 33 СК "Талисман Страхование" створила перший в Україні сервіс всебічної допомоги водіям в екстрених ситуаціях URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/fintech/2019/04/23/647105/>
- 34 Сохань. А.О. Інновації у фінансовій сфері: проблеми і напрями: Зб. мат. Всеукраїнської міжвузівської наукової студентської конференції. КНЕУ. 23 березня 2012 р. - К.: КНЕУ, 2013. - с. 72-74.
- 35 Страхова компанія "Країна" посилила клієнтський сервіс чат-ботами URL: <https://krajina.com/strahova-kompaniya-kra%D1%97na-posilila-kliyentskij-servis-chat-botami/>
- 36 Страховик Онлайн URL :<https://business.ua/business/3319-strakhovik-onlajn>
- 37 Сухоруков М.М. Інформаційні технології у страховому маркетингу та системах продажу страхових послуг // Страхова справа № 7. - С. 28.

- 38 Тлуста Г.Ю., Ерастов В.І., Зарубіжний досвід функціонування та розвитку інтернет-страхування // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка.- Вип. № 3 (168). - К. - 2015.
- 39 Тюлін А.С. Перспективи розвитку інтернет-страхування в Україні. / А.С. Тюлін // Всеукраїнський науково-виробничий журнал "Інноваційна економіка". - Тернопіль, 2013. - № 5 (43.) - с. 264-268;
- 40 Уніка запустила в роботи чат-ботів  
URL:<https://news.finance.ua/ua/news/-/431686/unnika-zapustyla-v-robotu-chat-botu>
- 41 Управління взаємовідносинами з клієнтами – нова стратегія в роботі страхових компаній URL: <http://forinsurer.com/public/04/03/02/1717>
- 42 Чотири ключових тренди, які повністю можуть змінити страхування URL: <https://minfin.com.ua/ua/2017/09/28/30181867/>
- 43 Якубовський С.О. Інститути спільного інвестування в умовах глобальної фінансової і нестабільності // Вісник ОНУ імені і І.І. Мечникова. Серія Економіка. 2017. Том 22. Вип. 10(63). С. 18-22.

## ДОДАТКИ

Додаток А

### Основні показники за I півріччя 2019 року

	I півріччя 2018	II півріччя 2019	Темп приросту, %
<b>Кількість договорів страхування укладених протягом звітнього періоду</b>			
кількість договорів страхування, крім договорів обов'язкового страхування від нещасних випадків на транспорті, у тому числі:	38956,5	39959,9	2,6
- зі страхувальниками - фізичними особами	36611,5	36811	0,5
Кількість договорів з обов'язкового особистого страхування від нещасних випадків на транспорті	65498,5	57663,1	-5,6
<b>Страхова діяльність, млн.грн</b>			
Валові страхові премії	23425,3	27291,1	16,5
Валові страхові виплати	6070,2	667,6	9,8
Рівень валових виплат, %	25,9	24,4	-
Чисті страхові премії	16746,8	20120,6	20,1
Чисті страхові виплати	5862,9	6526,9	11,3
Рівень чистих виплат, %	35	32,4	-
<b>Перестраховування, млн.грн</b>			
Сплачено на перестраховування, у тому числі:	8356,9	8996,1	7,6
- перестраховикам-резидентам	6678,5	7170,4	7,4
- перестраховикам-нерезидентам	1678,4	1825,7	8,8
Виплати, компенсовані перестраховикам, у тому числі:	898,1	918,7	2,3
- перестраховикам-резидентам	207,2	140,7	-32,1
- перестраховикам-нерезидентам	690,9	778	12,6
Отримані страхові премії від перестраховальників- нерезидентів	17,4	23,8	36,8
<b>Страхові резерви, млн.грн</b>			
Обсяг сформованих страхових резервів	23977	29019,7	21
- резерви із страхування життя	8487,5	9810,5	15,6
- технічні резерви	15489,5	19209,2	24

## Комплексна програма розвитку фінансового сектору до 2020 року

### III.

#### Бачення майбутнього

У процесі реалізації напрямів та виконання завдань Програми очікується, що до 2020 року будуть створені передумови стабільного розвитку економіки України, перетворення фінансового сектору України у конкурентоспроможне середовище з інвестиційно-інноваційним кліматом. Програма реформування фінансового сектору має на меті досягнення таких цілей до 2020 року.

#### Фінансова стабільність та сталий розвиток.

- Фінансова система позбулася нежиттєздатних установ або таких структур, що не виконують своїх функцій фінансового посередництва.
- Банківський сектор працює з достатньою прибутковістю і відновив свою інвестиційну привабливість, банківський сектор став більш-консолідованим та має диверсифіковану структуру - система більш конкурентоспроможна та менш фрагментарна.
- Впроваджено ефективний механізм захисту прав кредиторів та банківське кредитування відновлено, його обсяги збільшуються темпами, що-забезпечують бажану динаміку економічного зростання і не створюють інфляційного тиску.
- Баланси фінансових установ очищено від проблемних активів, резерви за ризиками формуються вчасно та в повному обсязі, ліміти-кредитування великих позичальників та пов'язаних осіб дотримуються в повному обсязі.
- Сталий приплив депозитів до банківської системи, суттєве зростання частки депозитів із терміном розміщення понад дев'ять місяців.
- Поява нових джерел довгострокових фінансових ресурсів банків на внутрішньому ринку. Співвідношення кредитів до депозитів у банківській системі перебуває в діапазоні 110% – 130%.
- Впроваджено макропруденційний та мікропруденційний нагляд на основі оцінки наявних і потенційних ризиків (risk based supervision).
- Досягнуто стійкість фінансової системи до макроекономічних шоків і забезпечено контрциклічне регулювання фінансового сектору.
- Показник достатності капіталу по банківській системі перевищує 10% відповідно до принципів Базель III, запроваджено додаткові буфери-капіталу.
- Банки більш незалежні в оцінці кредитних ризиків і формуванні необхідних резервів за активними операціями.
- Розпочато впровадження правил ЄС щодо вільного руху капіталу, лібералізоване валютне законодавство, впроваджено механізми-хеджування валютних ризиків – доларизація пасивів українських банків на рівні нижче 40%.
- Підвищено продуктивність банківської системи, у т. ч. за рахунок впровадження цифрових технологій та безпаперових бізнес-процесів,- використання новітніх ІТ-технологій, спрощення та оптимізації діяльності учасників фінансового сектору.
- Інфраструктура фінансового сектору.
- Фінансові установи виконують виключно функції фінансового посередництва.-
- Зменшено кількість державних банків та їх вплив на економіку, визначено місію, напрями діяльності та інструментарій державних банків,- підвищено стандарти корпоративного управління шляхом упровадження практик приватного сектору.
- Підвищено роль та функції наглядових рад банків і небанківських фінансових установ, впроваджено нові вимоги до систем внутрішнього-аудиту та контролю в банках і в небанківських фінансових установах.

- Зменшено частку готівкових розрахунків і частку готівки в грошовій масі за рахунок упровадження новітніх технологій, залучення- інноваційних надавачів платіжних послуг та створення сприятливих умов для використання електронних платіжних засобів.
- Створено конкурентне середовище для впровадження та використання інноваційних платіжних послуг та сервісів.
- Неєфективні страхові компанії виведено з ринку. Разом з тим збільшився обсяг довгострокових інвестицій в економіку України за рахунок довгострокових резервів страховиків зі страхування життя.
- Забезпечено функціонування інфраструктури фондового ринку, впроваджені нові вимоги до перебування цінних паперів у лістингу бірж.
- Модернізовано систему клірингу та розрахунків, забезпечено здійснення Центральним депозитарієм депозитарного обліку всіх емісійних цінних паперів. Обсяг активів ІСІ щодо ВВП зріс до 10%.
- Посилено вимоги до діяльності професійних учасників на ринку цінних паперів, зокрема запроваджено нові підходи до боротьби з- маніпулюванням на фінансових ринках (зокрема фондовому).
- Запроваджено заходи протидії зловживанням з використанням інсайдерської інформації.  
Захист прав споживачів та кредиторів.
- Дієздатна система гарантування вкладів населення забезпечує отримання гарантованої суми в термін до двох місяців.
- Зменшено фактор- морального ризику (moral hazard) для більш відповідального вибору вкладниками банків.
- Створено Кредитний реєстр Національного банку, забезпечено доступ кредитних бюро до інформації в усіх відкритих реєстрах.
- Забезпечено можливість компенсації втрат за кредитними операціями за рахунок швидкої реалізації застав.
- Запроваджено гарантії компенсації втрат інвесторів, вкладників та позичальників у разі порушення законодавства банками та небанківськими- фінансовими установами.
- Посилено захист прав споживачів послуги зі страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів за- рахунок підвищення лімітів відповідальності страховиків.
- Створено інститут фінансового омбудсмена з метою позасудового врегулювання спорів між учасниками фінансового сектору та споживачами- фінансових послуг. Підвищено рівень фінансової обізнаності населення.
- Інституційна спроможність регуляторів.
- Проведено трансформацію і перерозподіл функцій між регуляторами фінансового сектору, оптимізовані організаційні структури та спрощені- внутрішні процеси регуляторів.
- Впроваджено ефективний консолідований нагляд за фінансовим сектором на основі принципів IOSCO, IAIS, Basel III, Solvency II, EIOPA,- BIS, що надало можливість ефективно діагностувати, попереджати розвиток системних ризиків та оцінювати реальну і потенційну дію шоків на фінансовий сектор та учасників.
- Використовується зважений на ризик підхід оцінки випадків відмивання грошей та створена ефективна система діяльності наглядової служби- (як всередині країни, так і з іноземними агенціями) і відповідно до рекомендацій та вимог FATF діють системи протидії фінансуванню тероризму, а також механізми викриття шахрайства.
- Запроваджено необхідну законодавчу базу для використання новітніх технологій у банківській сфері, розширено методи ідентифікації- клієнтів.
- У банківському секторі впроваджено МСФЗ. Створено єдину інформаційну систему даних для формування статистичної, регуляторної та фіскальної звітності, впроваджено єдині стандарти електронного документообігу у фінансовому секторі.

#### IV. Етапи та складові реалізації

Програми Реалізація Програми відбуватиметься у три етапи:

I. Очищення фінансового сектору – кардинальне вирішення проблеми “баластів” минулого, виведення із ринку недобросовісних гравців, розкриття власників учасників фінансового сектору.

II. Перезавантаження фінансового сектору – забезпечення прозорості та рівноправності в ланцюжку “акціонер-менеджмент-клієнт”, скасування усіх обумовлених кризою адміністративних обмежень, підвищення капіталізації учасників фінансового сектору, посилення захисту прав позичальників, кредиторів та інвесторів.

III. Створення передумов для довгострокового сталого розвитку фінансового сектору – забезпечення стійкості та надійності фінансового сектору в довгостроковій перспективі, наближення стандартів регулювання платоспроможності та ліквідності банків до рекомендацій Базельського комітету, запровадження накопичувального пенсійного забезпечення, стимулювання ринку страхових та інших фінансових послуг і розвитку інфраструктури та інструментів фінансового сектору, створення додаткових гарантій фінансової надійності в разі економічної рецесії, підвищення надійності системно важливих банків, підвищення інституційної спроможності регуляторів.

У період реалізації програми реформ фінансового сектору Національного банку завершить перехід до режиму інфляційного таргетування. Ціллю грошово-кредитної політики Національного банку в середньостроковій перспективі є зниження темпів інфляції до 5% на рік із допустимим відхиленням  $\pm 1$  процентний пункт.

Для досягнення цієї мети Національний банк здійснить заходи з:

- посилення ролі облікової ставки як базової ставки монетарної політики;
- відновлення міжнародних резервів, що буде запорукою посилення стабілізаційного потенціалу Національного банку;
- дотримання режиму гнучкого валютного курсу, що буде важливим інструментом згладжування зовнішньоекономічних шоків.

Для досягнення поставленої мети Програми визначено три основні напрями:

- A. Забезпечення стабільності та динамічного розвитку фінансового сектору.
- B. Розбудова інституційної спроможності регуляторів фінансового сектору.
- C. Захист прав споживачів фінансових послуг та інвесторів.

A. Забезпечення стабільності та динамічного розвитку фінансового сектору :

1. Створити рівні умови для конкуренції у фінансовому секторі.
2. Створити умови для вільного руху капіталу (у т. ч. зняти всі адміністративні обмеження, запроваджені у зв'язку із кризою).
3. Посилити контроль та відповідальність за операції з пов'язаними особами.
4. Посилити вимоги щодо платоспроможності та ліквідності учасників фінансового сектору (у т. ч. шляхом впровадження рекомендацій Basel III, Solvency II).
5. Упровадити спеціальні вимоги щодо капіталу, ліквідності та інших показників системно важливих банків та інших фінансових установ.
6. Удосконалити системи регулювання та нагляду за фінансовим сектором.
7. Забезпечити прозорість діяльності та звітності учасників фінансового сектору.
8. Підвищити ефективність системи запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму.
9. Забезпечити подальший розвиток безготівкових розрахунків, інфраструктури фінансового ринку та оверсайта.
10. Підвищити рівень корпоративного управління учасників фінансового сектору.
- 10.1. Розробити комплексну стратегію розвитку державних банків та забезпечити її виконання.
11. Упровадити ефективний механізм захисту прав кредиторів.

12. Стимулювати розбудову інфраструктури для ефективного управління проблемними активами, у т. ч. поліпшити систему оподаткування операцій, пов'язаних зі стягненням проблемної заборгованості.
13. Упровадити нові та розвивати наявні фінансові інструменти (у т. ч. похідні) фінансового сектору.
14. Забезпечити розвиток накопичувального пенсійного забезпечення.
15. Стимулювати розвиток інфраструктури фінансового сектору.
16. Забезпечити розвиток інституту посередників фінансового сектору.
17. Розбудувати інфраструктуру, що забезпечує ефективне накопичення та обмін інформацією щодо кредитної історії позичальників.
18. Стимулювати комплексний розвиток ринку страхових послуг.
19. Забезпечити модернізацію, консолідацію і розвиток біржової, розрахункової та клірингової інфраструктури ринків капіталу.
20. Забезпечити розвиток інституту рейтингових агентств.
21. Забезпечити податкове стимулювання та гармонізувати системи оподаткування інструментів фінансового сектору.
22. Підвищити продуктивність банківської системи.

#### В. Розбудова інституційної спроможності регуляторів фінансового сектору

1. Забезпечити інституційну та фінансову незалежність регуляторів та ФГВФО.
2. Посилити інституційний контроль роботи регуляторів.
3. Підвищити ефективність інструментів впливу регуляторів на учасників фінансового сектору.
4. Провести трансформацію регуляторів.
  - 4.1. Розробити стратегію виходу Національного банку на міжнародний ринок з виробництва грошових одиниць.
  - 4.2. Провести перерозподіл функцій регуляторів (SPLIT).
5. Реалізувати поетапний перехід до нагляду на основі оцінки ризику.
6. Посилити внутрішній контроль регуляторів.
7. Налагодити комунікації регуляторів зі споживачами та учасниками фінансового сектору.
8. Підвищити ефективність протидії зловживанням у фінансовому секторі.
9. Підвищити ефективність регуляторів та ФГВФО у частині роботи з проблемними учасниками фінансового сектору.
10. Посилити координацію між регуляторами фінансового сектору.
  11. Поліпшити координацію між саморегулюючими організаціями та регуляторами.
  12. Упровадити єдині стандарти звітності та обміну інформацією.
13. Сприяти використанню новітніх ІТ-технологій учасниками фінансового сектору.

#### С. Захист прав споживачів фінансових послуг та інвесторів.

1. Підвищити рівень фінансової обізнаності, рівень культури заощаджень населення та застосування інноваційних платіжних інструментів.
2. Підвищити стандарти розкриття інформації в інтересах споживачів та інвесторів фінансового сектору.
3. Підвищити ефективність реалізації прав інвесторів фінансового сектору.
4. Підвищити ефективність захисту прав споживачів фінансових послуг та інвесторів, у т.ч. шляхом створення нових інструментів



**Класифікація інновацій у страхування в залежності від напрямку діяльності**

Напрями діяльності страхової компанії	Об'єкт інновації	Вид інновації	Опис інновації
Супровід страхового продукту	Процеси, які забезпечують супровід страхового продукту	Продуктова, виробнича	Зміна технології процесів супроводу, з метою їх вдосконалення, автоматизації процесів за рахунок впровадження нових інформаційних технологій .
Розвиток каналів збуту страхових послуг	Система просування страхових послуг	Продуктова, торгова	Створення нових каналів збуту страхових послуг шляхом залучення новітніх аналітичних і маркетингових методів дослідження ринку .
Організаційно-управлінська діяльність	Організаційно-управлінські процеси	Процесна, управлінська	Використання нових методів організації та управління страхової компанії , впровадження передових інформаційних технологій для оптимізації управління бізнес-процесами компанії.
Взаємодія з	Процеси	Процесна,	Використання

іншими елементами зовнішнього середовища	взаємодії	організаційна, виробнича	нових методів і технологій метою підвищення ефективності взаємодії елементами зовнішнього середовища.	і з  з
--	-----------	--------------------------	---	-----------------

## Мобільний додаток СК «Княжа Вінна Іншуренс Груп»

12:00

☰ Авторизація

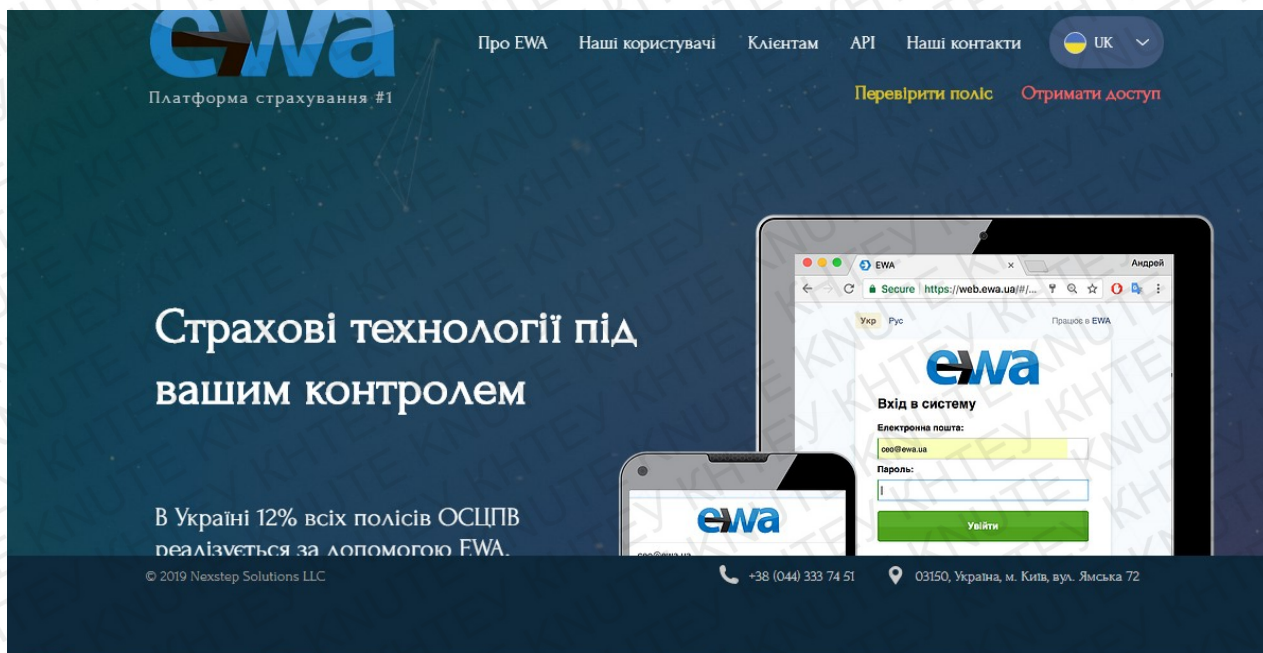
Онлайн доступ до Вашого страхового випадку.  
Логін та пароль надається під час реєстрації справи.

Логін

Пароль

Увійти Відхилити

## Платформа для страхування EWA





### Фактори, що впливають на конкурентоспроможність страхової послуги

Фактори, що впливають на конкурентоспроможність страхової послуги	Наслідки дії факторів на конкурентоспроможність страхової послуги
Ступінь доступності	Наскільки просто і швидко можна одержати страхову послугу у відповідності до залиту страхувальника
Репутація страхової компанії	Наскільки страхова компанія заслуговує на довіру
Величина статутного капіталу та сума сформованих технічних резервів	Чи забезпечує величина статутного капіталу та сума сформованих технічних резервів платоспроможності та ліквідності
Привабливість страхових тарифів	Чим нижчий страховий тариф на страхову послугу, тим привабливіша вона для потенційних страхувальників Вартість страхової послуги Чи відповідає вартість страхов
Вартість страхової послуги	Чи відповідає вартість страхової послуги тим зобов'язанням, які взяла на себе страхова компанія
Обсяг страхового покриття	Чи в достатній мірі страховиком покриті ризики, що можуть мати місце у страхувальника
Франшиза (в майнових видах страхування)	Зменшення розміру франшизи сприяє підвищенню попиту на страхову послугу серед страхувальників
Кількість основних та додаткових послуг	На скільки розгалужена система супроводу страхових полюсів (базові та додаткові послуги) відповідно до прагнень страхувальника
Перелік обмежень у страхових ризиках	В якій мірі враховується увесь спектр можливих ризиків під час дії договору страхування
Простота норм страхового договору та захист інтересів страхувальників	Відсутність двозначності в тлумаченні умов договору страхування
Швидке, якісне та справедливе урегулювання страхових випадків	Повне виконання страховою компанією своїх зобов'язань щодо виплати страхового відшкодування та страхових сум у відповідності до діючих договорів страхування