

## ЕКОНОМІЧНА ТРАНСФОРМАЦІЯ СТРАХОВОЇ ІНДУСТРІЇ

*Корват О.В. к.е.н., доцент, Харківський національний  
економічний університет ім. Семена Кузнеця*

Умови розвитку страхових ринків у світі швидко змінюються. Страхова індустрія змушена адаптуватись до них. Глобалізаційні процеси, торгівельні війни, посилення державного регулювання страхової діяльності, інтенсивний розвиток комп'ютерних й інформаційно-комунікаційних технологій, цифровізація економіки потребують від страховиків постійного пристосування.

Натепер функціонування страхових компаній відбувається у час збільшення кількості катастроф і катаклізмів антропогенного та природного характеру. Це спричиняє зростання обсягів страхових виплат. Низькі довгострокові процентні ставки не дозволяють страховикам отримувати високий інвестиційний дохід від розміщення вільних коштів. Інфляція негативно впливає на платоспроможний попит страхувальників і підвищує витрати на ведення справи. Цінова конкуренція стримує доходи від продажів страхових послуг. Складність виконання страховими компаніями нових регуляторних вимог вимагає значних витрат [1]. Зазначені фактори знижують прибутковість страхового бізнесу.

Не лише страхова галузь, а й усі сфери фінансових послуг зазнають суттєвого впливу цифрових технологій. Завдяки технологічним новаціям з'являються нові платіжні засоби, збільшується частка безготівкових розрахунків, взаємодія суб'єктів фінансових відносин все частіше відбувається дистанційно, а онлайн-сервіси дозволяють споживачам порівнювати вартості фінансових продуктів.

Розробка та впровадження InsurTech у страхуванні має чітко визначену прогресію. Вона розпочалася з цифрової дистрибуції, нових підходів до деталізації, обробки та накопичення даних. З часом Digital-трансформація поширилась на страховий маркетинг і процеси андеррайтингу [2, с. 7]. Сьогодні для автоматизації бізнес-процесів у страховій

діяльності використовуються мобільні додатки, чат-боти, блокчейн-технології, IoT-пристрої, хмарні технології, нейромережі, алгоритми штучного інтелекту.

Завдяки InsurTech страховики намагаються обмежити вплив суб'єктивного фактору й оптимізувати свої витрати. Автоматизація мінімізує участь співробітників у процедурах предстрахової оцінки ризику, прийому та обробки заяв, в інших комунікаціях зі страхувальниками та вигодонабувачами. Страховики освоюють соціальні мережі та месенджери, впроваджують чат-боти, які оцінюють ризики, продають договори страхування шляхом аналізу шаблонних відповідей страхувальника або обробки питань клієнта технологіями штучного інтелекту, автоматизують процеси переведення даних з документів в електронну форму. Серед інших завдань InsurTech-проекти обчислюють персональні страхові тарифи за договорами страхування, використовуючи високотехнологічні пристрої, такі як GPS датчики, трекери активності. Це дозволяє удосконалювати страхові послуги.

Безперечно, розвиток технологій InsurTech стає каталізатором змін конкурентного середовища в страховій галузі. Стартапи не лише розробляють IT-рішення для страхових компаній, але й виходять на страховий ринок електронної комерції як неklasичні страховики, що приймають на страхування ризику та сплачують відшкодування у разі настання страхового випадку. Основними причинами стримування розвитку нових гравців на ринку страхових послуг є проблема довіри споживачів, а також жорсткі регуляторні вимоги до страхової діяльності. Зазначені перешкоди з легкістю зможуть подолати BigTech-компанії (Google, Apple, Facebook та інші), які поступово готуються до присутності в страховій галузі [3]. Вони можуть стати реальними конкурентами класичним страховикам в інтернет-торгівлі.

Останнім часом стан конкуренції змінюється під впливом швидкого розвитку онлайн-продажів через компанії-агрегатори. Страхувальники на сайті агрегатора мають можливість порівняти умови страхових послуг різних компаній та укласти договори страхування дешевше, ніж в офісі страховика чи у страхового посередника. Цінова обізнаність суспільства

структурно трансформує страхову індустрію. Але вартість – не єдиний фактор впливу на рішення покупців придбати послугу.

У теперішню цифрову епоху спостерігається тенденція до трансформації поведінки споживачів. Потреби страхувальників, їх сприйняття страхових продуктів і бренду, соціальні, психологічні й емоційні фактори укладання договору страхування, сподівання щодо страхової послуги та задоволеність страховим сервісом здатні змінюватись неоднорідно, а іноді й хаотично [2]. Тому кожен момент може являти собою потенційно нових споживачів і новий попит. Для підтримання конкурентоспроможності у мінливому середовищі найбільш просунуті компанії використовують технології аналізу великих даних для здійснення клієнтоорієнтованого контент-маркетингу та створення індивідуальних страхових пропозицій.

Таким чином, сучасними умовами функціонування страхових ринків є посилення та видозміна конкуренції, поява «цифрових» страховиків, нестабільність споживчої поведінки, широкі можливості InsurTech і зниження рентабельності класичного страхового бізнесу. Ці особливості зумовлюють комплексні перетворення у діяльності традиційних страхових компаній. Для досягнення економічної ефективності страховики продовжують автоматизувати бізнес-процеси та модифікувати бізнес-моделі, розширюють обсяги електронних продажів і дистанційного обслуговування споживачів, змінюють методи страхового маркетингу й персоналізують взаємодію з клієнтами.

### **Література**

1. Global economic and insurance outlook 2020. *Swiss Re Institute, sigma*. 2018. № 5. 40 p. URL : [https://www.swissre.com/dam/jcr:6f636d75-1c86-4386-a5e0-52368124fc97/sigma5\\_2018\\_en.pdf](https://www.swissre.com/dam/jcr:6f636d75-1c86-4386-a5e0-52368124fc97/sigma5_2018_en.pdf) (Last accessed: 29.10.2019).

2. Insurtech 10: Trends for 2019. *KPMG International*. URL : <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2019/03/insurtech-trends-2019.pdf> (Last accessed: 29.10.2019).

3. World Insurance Report 2018. *Capgemini and Efma*. URL : <https://www.capgemini.com/service/world-insurance-report-2018/> (Last accessed: 29.10.2019).