

СЕКЦІЯ «РОЗВИТОК ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ»

КУЗЬМАК А. В., здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
КЛЮЧКА О. В., кандидат економічних наук, доцент,
Державний податковий університет України

ЦИФРОВІЗАЦІЯ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Цифрова трансформація суттєво впливає на розвиток страхового ринку, адже застосування сучасних технологій дає змогу компаніям вдосконалювати клієнтський сервіс, автоматизувати ключові бізнес-процеси та знижувати операційні витрати. Використання цифрових рішень забезпечує швидшу реакцію на потреби споживачів, глибший аналіз даних для точнішої оцінки страхових ризиків і більш ефективне виявлення випадків шахрайства, що сприяє зміцненню довіри до страхового сектору.

Використання InsurTech-стартапів дає можливість страховим компаніям стати більш гнучкими, конкурентоспроможними та готовими до викликів цифрового світу [1]. До ключових технологій, які визначають цифровізацію можна віднести використання мобільних додатків та онлайн-платформ для взаємодії з клієнтами, застосування аналітики та хмарних рішень для обробки даних, а також впровадження інноваційних рішень, зокрема Інтернету речей (IoT), штучного інтелекту (AI) та блокчейну. Сукупність цих технологій сприяє підвищенню зручності, ефективності та технологічності страхових послуг.

Трансформація страхового ринку передбачає орієнтацію на потреби клієнтів, зосереджуючись на спрощенні доступу до послуг, наданні індивідуалізованих рішень та забезпеченні оперативного врегулювання страхових випадків. Сучасна трансформація страхового ринку спрямована на перехід до онлайн-страхування та інтеграцію InsurTech-стартапів [2].

Високий рівень клієнтоорієнтованості в сучасному страхуванні значною мірою забезпечується впровадженням інноваційних технологій, таких як блокчейн, штучний інтелект, великі дані (Big Data) та машинне навчання. Яскравими прикладами інноваційних іншуртех-стартапів, що використовують сучасні технології для підвищення клієнтського досвіду, є Lazarius, Spot та інше.

Страхові компанії завдяки цифровим технологіям можуть впроваджувати індивідуальні стратегії для кожного клієнта, що суттєво підвищує рівень їхньої лояльності та задоволеності. Основна ідея цієї стратегії — адаптація пропозицій, послуг і контенту відповідно до конкретних потреб і очікувань клієнтів. Вона базується на систематичному й цільовому підході, що включає використання аналітики даних, алгоритмів машинного навчання, персоналізованих рекомендацій і спеціальних пропозицій [3].

Основні переваги цифровізації полягають у покращенні якості послуг та підвищенні ефективності господарських процесів, що сприяє загальному розвитку економіки. Вона також забезпечує розширення доступу до знань, підвищуючи конкурентоспроможність громадян на ринку праці. Крім того, цифрові технології сприяють зменшенню освітнього розриву між регіонами завдяки розвитку онлайн-навчання та дистанційних форм здобуття знань. Попри високу доступність Інтернету в Україні, онлайн-освіта все ще перебуває на початковому етапі розвитку, що вказує на значний потенціал для подальшого зростання [4].

Впровадження інновацій у страхову галузь України сприяє її розвитку: Big Data й аналітика дозволяють створювати персоналізовані продукти, ШІ та машинне навчання — знижувати витрати, а IoT — формувати поліси на основі реальних даних. Актуальність кіберстрахування зростає, блокчейн забезпечує прозорість, а цифрова ідентифікація — швидкість і безпеку страхування.

Отже, цифровізація страхування в Україні сприяє оновленню галузі, покращенню сервісу та зміцненню ринкових позицій компаній. Світовий досвід показує, що персоналізація й сучасні технології — аналітика, ШІ та блокчейн, мобільні додатки, платформи — допомагають краще керувати ризиками, аналізувати та обробляти дані, взаємодіяти з клієнтами, запобігати шахрайству.

Список використаних джерел:

1. Конопляникова М. Персоналізація як стратегія лояльності в електронній комерції. *Міжнародний науковий практичний журнал «Товари та ринки»*. 2024. №49(1). С. 4-26. URL: [https://doi.org/10.31617/2.2024\(49\)01](https://doi.org/10.31617/2.2024(49)01)
2. Панченко, О., Садчикова, І. Вплив цифрових технологій на розвиток страхового бізнесу. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2022. С. 291-301. URL: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-4\(36\)-291-301](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-4(36)-291-301)
3. Ковальчук С. В., Д. Л. Кобець. Застосування алгоритмів машинного навчання у маркетинговій стратегії підприємства в умовах цифрової економіки. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*. 2024. №75. С. 74-80.
4. Богріновцева Л., Бондарук О., Ключка О. Фінансова безпека страхового ринку: теоретичний аспект. *Acta Academiae Beregsasiensis. Economics*. 2023. № 4. С. 216-226. URL: <https://aab-economics.kmf.uz.ua/aabe/article/view/91/104>