

**НАУКОВА РОБОТА**  
на тему:  
**«ЦИФРОВІЗАЦІЯ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ»**

**Шифр «Цифровізація»**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ, ЩО ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ У ПРОЦЕСІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СТРАХУВАННЯ</b> .....	5
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СТРАХУВАННЯ НА РІВЕНЬ ЗАДОВОЛЕНOSTІ СПОЖИВАЧІВ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ</b> .....	12
<b>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЦЕСІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ</b> .....	23
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	27
<b>БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК</b> .....	30
<b>ДОДАТКИ</b>	

## ВСТУП

Цифровізація є ключовим фактором розвитку страхового ринку, оскільки впровадження сучасних технологій надає страховим компаніям значні конкурентні переваги. Серед них – прискорення ухвалення рішень, розширення спектра послуг, точніша оцінка ризиків та ефективніше виявлення випадків шахрайства. Основна мета цифрових інновацій у страхуванні – вдосконалення продуктів і послуг, а також підвищення ефективності бізнес-процесів.

Розвиток страхового ринку України все більше залежить від впровадження технологій цифрової економіки. Вони впливають на механізми страхування, зберігаючи при цьому його економічну сутність. Використання цифрових інструментів сприятиме підвищенню ефективності роботи страхових компаній, зростанню їхньої прибутковості, а також появі нових страхових продуктів та послуг.

Більшість українських страховиків уже застосовують цифрові технології для оптимізації своєї діяльності. Наприклад, багато компаній пропонують клієнтам можливість оформлення страхових полісів онлайн через веб-сайти або мобільні додатки, що значно спрощує процес страхування. Крім того, цифрові рішення використовуються для автоматизації внутрішніх процесів – обробки заявок та виплат відшкодувань, що дозволяє підвищити швидкість роботи та зменшити ризик помилок.

Попри позитивні тенденції, існує низка факторів, що гальмують цифровізацію страхового ринку. Серед них – висока вартість технологічних оновлень, низький попит на страхові продукти, що базуються на використанні сучасних ІТ-технологій, необхідність адаптації інновацій до специфіки страхових послуг, нестача кваліфікованих фахівців, високий рівень страхового шахрайства, а також недостатній рівень довіри населення до страхових компаній.

Отже, подальша цифрова трансформація страхового ринку є ключовим драйвером його розвитку. Діджиталізація страхових процесів стає ефективним

інструментом управління ризиками та відповідає потребам усіх учасників страхового ринку.

Питання розвитку цифровізації страхової діяльності висвітлювали у своїх працях Богріновцева Л., Внукова Н., Гладчук О.В., Галушак В., Ключка О., Кнейслер О., Михайловська І., Третяк Н., Шірінян Л.В. та інші. Оцінюючи наукові досягнення вітчизняних і зарубіжних учених, варто зазначити, що не всі аспекти, пов'язані з розробкою практичних рекомендацій та обґрунтуванням науково-методичних засад цифровізації страхової діяльності, повністю досліджені, а тому ї потребують ґрунтовнішого вивчення.

**Метою роботи** є аналіз переваг і ризиків цифровізації страхового ринку України в умовах світової глобалізації.

**Завдання** роботи:

- охарактеризувати сучасні технології, що використовується у процесі цифровізації страхування;
- проаналізувати вплив цифровізації страхування на рівень задоволеності споживачів страхових послуг;
- визначити перспективи розвитку процесів цифровізації страхування в Україні.

У ході дослідження використовувалися **методи** індукції; аналізу, абстрагування та узагальнення, синтезу та порівняння; табличні та графічні методи; метод екстраполяції та порівняння, метод моделювання та прогнозування.

Інформаційною базою дослідження стали нормативні акти, дані Державної служби статистики України, Національного банку України, звітність страхових компаній, а також результати досліджень вітчизняних та іноземних фахівців.

**Новизною** даної роботи є розробка пропозицій щодо удосконалення цифровізації послуг страхування в Україні з метою підвищення рівня задоволеності споживачів страхових послуг.

## **РОЗДІЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ, ЩО ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ У ПРОЦЕСІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СТРАХУВАННЯ**

Цифрова економіка, як невід’ємна складова сучасного світу, охоплює всі сфери суспільного життя. Впровадження цифрових технологій впливає на економічні та соціальні процеси, а їх значущість для національного розвитку визначає конкурентоспроможність країни на світовій арені.

Цифрові технології відіграють ключову роль у соціально-економічному прогресі, сприяючи інноваційному розвитку та зміцненню позицій країни на міжнародному ринку. Для будь-якої держави підтримка промислового сектору та власних технологічних рішень є важливою умовою економічного зростання, розвитку сфери послуг та підвищення добробуту населення.

У сучасних умовах цифрові технології стають невід’ємною частиною господарської діяльності, а їхній розвиток відіграє ключову роль у зростанні світової економіки. Майже всі галузі стикаються з викликами трансформації, адже нові технології та бізнес-моделі змінюють традиційні підходи, водночас темпи впровадження цифрових інновацій залишаються нерівномірними. Зокрема, пандемія COVID-19 стала потужним стимулом для цифровізації страхового ринку, суттєво вплинувши на його розвиток.

Сучасні тенденції свідчать про високий рівень інноваційної активності у страховій сфері та зростання усвідомлення важливості цифрових трансформацій серед учасників ринку. Стрімкі зміни у функціонуванні цього сектору вимагають глибокого аналізу та адаптації. Радикальне оновлення технологій, особливо у сфері Інтернету, мобільних та соціальних платформ, трансформує поведінкові моделі клієнтів, змінюючи їхні очікування та рішення. Значне зростання кількості користувачів Інтернету та розширення ринку онлайн-послуг лише посилює ці тенденції.

Для страхувальників можливість проведення онлайн-операцій дозволяє легко та швидко оформлювати страхові продукти без необхідності особистого відвідування офісів. У свою чергу, страхові компанії отримують змогу

збільшити обсяги продажів, знизити операційні витрати та оптимізувати бізнес-процеси, зокрема, шляхом скорочення комісійних витрат на посередників. Цифровізація кардинально змінює взаємодію між страховиками та клієнтами, що вимагає переосмислення традиційних бізнес-моделей і впровадження передових технологій.

Попри загальне зростання страхового ринку, рівень проникнення страхових послуг в Україні залишається нижчим, ніж у багатьох країнах світу. Це зумовлено економічною нестабільністю та недостатньою увагою до соціального аспекту економічного розвитку. Водночас цифровізація відкриває нові можливості для розширення ринку, підвищуючи доступність страхових продуктів та спрощуючи процеси їх реалізації.

Цифрове страхування стало важливим елементом сучасної фінансової екосистеми. Онлайн-страхування передбачає використання різноманітних цифрових інструментів, зокрема страхових калькуляторів, електронних полісів, онлайн-оплати, а також віддалених консультацій.

Цифрова трансформація стала ключовим драйвером розвитку страхової сфери, особливо в сегменті ризикового страхування. Дослідження показують, що рівень цифровізації є найвищим у компаніях, які займаються страхуванням життя, оскільки цей вид страхування потребує детальних консультацій через складність продуктів [5].

Одним із лідерів цифрових інновацій є автотранспортне страхування, де активно впроваджується електронний поліс. Це значно підвищує зручність та доступність послуг для автовласників, що сприяє зростанню кількості електронних договорів.

Все більшої популярності набуває страхування цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів через електронний європротокол, особливо завдяки мобільним додаткам.

Загальна тенденція розвитку страхового ринку спрямована на максимальну зручність для клієнтів за допомогою цифрових технологій. Водночас успішна цифрова трансформація галузі значною мірою залежить від

вирішення інфраструктурних та регуляторних питань. Розглянемо проблеми, які на нашу думку перешкоджають розвитку цифрових технологій в економіку нашої країни (табл.1).

Таблиця 1

### Перешкоди на шляху впровадження цифрових технологій

Види	Шляхи вирішення
Інституційні	<ul style="list-style-type: none"> <li>• недостатня участь державних органів у впровадженні концепції цифрової економіки та суспільства.</li> <li>• невідповідність чинного законодавства сучасним глобальним викликам і можливостям.</li> <li>• не синхронізованість національних, регіональних і галузевих стратегій та програм із цифровими можливостями.</li> </ul>
Інфраструктурні	<ul style="list-style-type: none"> <li>• обмежене покриття території країни цифровою інфраструктурою.</li> <li>• відсутність окремих елементів цифрової інфраструктури.</li> <li>• нерівний доступ громадян до цифрових технологій та можливостей у цій сфері.</li> </ul>
Екосистемні	<ul style="list-style-type: none"> <li>• недостатня державна підтримка стимулювання інноваційної економіки.</li> <li>• слаборозвинений ринок інвестиційного капіталу.</li> <li>• застаріла система освіти, недостатня увага до STEM-освіти, розвитку soft skills та підприємницьких навичок, а також недосконалі механізми трансферу технологій.</li> </ul>
У сфері електронного уряду та урядування	Низький рівень автоматизації та цифровізації державних послуг через слабку мотивацію урядових органів.

Джерело: побудовано автором за даними [1].

Значення кіберстрахування зростає внаслідок активного впровадження цифрових технологій. Введення страхування кібер-ризиків відкриває для українських страхових компаній нові конкурентні можливості. Оскільки цифрові загрози стають дедалі актуальнішими, попит на захист від таких ризиків стрімко зростає.

Страхування кібер-ризиків дозволяє суб'єктам господарювання забезпечити себе від можливих фінансових втрат, спричинених кібератаками, порушенням безпеки даних, вірусними атаками та іншими загрозами цифрового

середовища. Це формує попит на страхові продукти, що покривають подібні ризики.

Для страховиків це відкриває перспективи розширення портфеля послуг та продуктів в цілому, залучення нових клієнтів, які прагнуть захиститися від кіберзагроз. Водночас посилення попиту на такі послуги стимулює компанії до розробки власних програм страхування кібер-ризиків для підвищення конкурентоспроможності [2].

Таким чином, страхування кібер-ризиків створює нові можливості для розвитку страхового ринку в Україні, привертаючи увагу підприємств і приватних осіб, які дедалі більше усвідомлюють необхідність цифрового захисту.

Цифровізація страхової галузі спрямована на формування сучасної системи, що збалансовує інтереси громадян, бізнесу та держави. Проте цей процес ускладнюється через такі фактори:

- недостатню цифрову інклюзивність в Україні;
- високу вартість цифрових технологій і програмного забезпечення;
- нестачу спеціалістів із цифровими компетенціями у страховій сфері.

Розвиток цифрового середовища у страхуванні дає змогу страховикам ефективніше управляти ризиками, розширювати спектр послуг і краще відповідати потребам споживачів. Проте успішність цифрової трансформації страхової галузі залежить від вирішення низки інституційних, інфраструктурних, екосистемних та регуляторних проблем, що перешкоджають цифровізації економіки в цілому.

Результати дослідження підтверджують, що стрімкий розвиток цифрових технологій та нові виклики вимагають цифрової трансформації традиційних бізнес-процесів у страхуванні. Це сприятиме вдосконаленню управління ризиками, розширенню асортименту страхових продуктів і послуг, орієнтованих на потреби споживачів.

Цифровізація страхової діяльності стане ключовим інструментом управління ризиками та розвитку страхового ринку України. Однак



ефективність цього процесу значною мірою залежить від подолання інституційних, інфраструктурних та регуляторних бар'єрів.

Страховання, засноване на цифрових технологіях, відоме як цифрова трансформація страхування або **InsurTech**. Це компанії, які активно впроваджують інноваційні технології для модернізації діяльності, покращення процесів управління ризиками, оптимізації обслуговування клієнтів і розвитку страхових послуг за допомогою цифрових рішень та платформ.

Основні компоненти InsurTech представлено в таблиці 2

Таблиця 2

Основні компоненти InsurTech

Напрями використання	Компоненти	Ефективність компонентів
Зв'язок з клієнтами страхових компаній	Мобільні технології	Дають страховим компаніям можливість взаємодіяти з клієнтами та розробляти мобільні додатки для їх використання в процесі надання страхового захисту.
	Інтернет, програмне забезпечення, мережеві технології, цифрові платформи	Дають страховим компаніям змогу взаємодіяти з клієнтами та надавати послуги через Інтернет. Розвиток онлайн-платформ для продажу страхових полісів і обслуговування клієнтів.
Робота з даними клієнтів страхових компаній	Аналітичні платформи, хмарні обчислення, технології ідентифікації	Збір, обробка та аналіз даних дають можливість страховикам отримувати важливу інформацію, аналізувати та використовувати великі масиви даних для оцінки ризиків, прогнозування попиту на страхові послуги та вдосконалення процесів управління ризиками.
Використання інноваційних технологій у процесі страхування	Інтернет речей (IoT), біометричні технології, безпілотні технології, робот-радники	Інноваційні технології забезпечують з'єднання різних пристроїв та об'єктів з Інтернетом для передачі та обміну даними.
	Штучний інтелект (AI)	Технічні засоби, що відтворюють людські дії та логічне, раціональне прийняття рішень, зменшують необхідність у втручанні людини і сприяють ефективному ухваленню рішень завдяки швидшому та більш результативному виконанню всіх процесів.
	Блокчейн	База даних, побудована на основі децентралізованого цифрового реєстру, з використанням технології блокчейн є важливим інструментом для підвищення безпеки, автентифікації та ефективного управління даними в страхуванні.

Джерело: [3].

Ці приклади свідчать про те, що цифрові технології не лише оптимізують наявні процеси, але й створюють нові можливості для формування інноваційних підходів у страхуванні, орієнтованих на клієнта й ефективність.

Таким чином, встановлено, що впровадження цифрових технологій, таких як блокчейн, штучний інтелект, великі дані, інтернет речей, мобільні технології є рушійною силою у страховій галузі. Завдяки впровадженню цих технологій можна оптимізувати бізнес-процеси та збільшити коло потенційних клієнтів і підвищити швидкість та якість їх обслуговування.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СТРАХУВАННЯ НА РІВЕНЬ ЗАДОВОЛЕНОСТІ СПОЖИВАЧІВ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

Цифрова трансформація в страховій галузі має значний вплив на способи роботи та взаємодії страхових компаній з клієнтами. Вона сприяє ефективнішому управлінню ризиками, зниженню витрат і покращенню якості обслуговування. Завдяки цифровим технологіям, страховики можуть швидко реагувати на потреби клієнтів, що підвищує їх задоволеність і лояльність. Це також дає можливість компаніям краще конкурувати на ринку, збільшуючи прибутковість і рівень задоволення клієнтів (Додаток А).

У контексті поточної ситуації експерти стверджують, що з 2023 року частка споживачів, які взаємодіють зі страховими компаніями через цифрові канали, майже подвоїлася. Попит на цифрові страхові послуги серед бізнесу та споживачів зростає, а до 2026 року очікується подальший розвиток InsurTech, з прогнозованим збільшенням фінансування для їх впровадження.

Глобальний ринок FinTech поділяється на сегменти залежно від типу послуг, причому кожен із них розвивається нерівномірно. Рівень фінансової активності в різних сегментах FinTech-індустрії представлений у таблиці 3.

Таблиця 3

### Аналіз інвестиційної активності фінтах-компаній за сегментами Fintech, млрд.дол.США

Сегменти	Роки			
	2020	2021	2022	2023
Платежі	27,79	57,89	57,86	20,71
Страховання	15,08	11,92	5,93	8,09
Регуляторні технології	11,06	12,65	21,2	2,62
Кібербезпека	1,11	4,43	1,88	1,29
Інвестиційні технології	0,22	0,91	0,83	0,18
Блокчейн/Криптовалюта	6,22	29,87	24,34	7,51
Зелені технології	1,54	3,67	1,23	2,33

Джерело: [27]

У період 2020–2023 рр. найбільш пасивним сегментом FinTech-індустрії залишалися інвестиційні технології, тоді як найактивнішим напрямом був платіжний сектор, який залучав найбільші обсяги інвестицій.

Проте у 2023 році інвестиції в платіжний сегмент значно скоротилися до 20,71 млрд доларів США, як і у більшості інших фінтех-напрямів. Водночас сектор страхових технологій (InsurTech) став одним із небагатьох, що продемонстрував зростання інвестицій. InsurTech залучив 8,09 млрд доларів США, що на 2,2 млрд більше порівняно з 2022 роком (5,93 млрд доларів США). Це свідчить про посилений інтерес інвесторів до цифрової трансформації страхового ринку та зростання попиту на інноваційні страхові рішення.

Таким чином, страхові технології стали одним із ключових драйверів зростання у фінтех-індустрії, демонструючи збільшений інтерес до автоматизації страхових процесів, персоналізації послуг та покращення клієнтського досвіду.

Одночасно необхідна інноваційна модернізація внутрішніх бізнес-процесів страхових компаній, оптимізація яких дозволить знизити операційні витрати. Хмарні технології забезпечують доступ до новітніх рішень для страхового бізнесу при одночасному зниженні витрат на його функціонування. Зважаючи на ці тенденції, інвестиції в розвиток InsurTech зростають щороку, хоч і не таким швидкими темпами як у попередні роки, що підтверджується позитивною динамікою вкладень в інновації на глобальному рівні.

Після аналізу переваг цифровізації у страховому бізнесі можна зробити висновок, що найбільший вплив вона має на збільшення доходів СК шляхом максимального задоволення потреб клієнтів у страхових послугах. Активне впровадження цифрових технологій дозволяє залучати клієнтів віком до 40 років, які не зацікавлені в традиційних страхових компаніях. Сучасна трансформація страхового ринку спрямована на перехід до онлайн-страхування та інтеграцію InsurTech-стартапів [6].

Використання InsurTech-стартапів дає можливість страховим компаніям стати більш гнучкими, конкурентоспроможними та готовими до викликів

цифрового світу [7]. В Україні впровадження цифрових технологій має свої особливості, і серед основних трендів цифровізації в страховій сфері можна виділити:

- ✓ використання штучного інтелекту для поліпшення сегментації клієнтів;
- ✓ трансформація страхових послуг у формат електронних полісів;
- ✓ застосування мобільних додатків;
- ✓ використання цифрових технологій для управління даними, забезпечення їх безпеки та зменшення ризиків шахрайства;
- ✓ інтеграція InsurTech-стартапів у роботу страхових компаній;
- ✓ застосування цифрових платформ для оптимізації бізнес-процесів.

Перелік InsurTech-стартапів, що використовуються за кордоном, наведено в рис. 1.



**Рис. 1. InsurTech – стартапи, які використовуються за кордоном**

*Джерело: складено автором на основі джерела [8].*

Цифрова трансформація сприяє розвитку нових підходів до створення бізнес-моделей, продуктів і послуг у всіх галузях, у тому числі й в страхуванні.

Тому розвиток страхового ринку в Україні все більше залежить від впровадження цифрових технологій. В сучасних умовах ці технології є важливим фактором операційної ефективності та конкурентоспроможності бізнесу. Вони дозволяють страховим компаніям покращувати послуги, оптимізувати процеси і забезпечувати ефективне управління ризиками. Однією з головних переваг цифровізації є покращення взаємодії з клієнтами та можливість надання персоналізованих страхових послуг швидко, зручно і безпечно, а також доступ до полісів та інших послуг у режимі реального часу. Таким чином, впровадження цифрових технологій у страховому бізнесі сприяє підвищенню його ефективності та конкурентоспроможності.

Описані дослідження підкреслюють важливість персоналізації як ключового чинника підвищення задоволеності та лояльності клієнтів у сучасних системах управління взаєминами з клієнтами. Зокрема, дослідження Rane, Choudhary та Rane (2023) вказує, що гіперперсоналізація може слугувати ефективним стратегічним інструментом для зміцнення клієнтської лояльності та задоволеності.

Окремо варто відзначити роботу Ologunbe (2023), яка аналізує стратегії утримання клієнтів у сфері електронної комерції, що сприяє глибшому розумінню механізмів персоналізації в контексті формування лояльності. Дослідження Juan Nguyen, Nguyen, Suseno та BuiQuang (2020) розглядає роль сприйняття цінності та цифрових технологій у B2B-сегменті, що є важливим для вдосконалення персоналізованих стратегій. У свою чергу, Mushtaq, Ahmad, Rextin та Malik (2020) акцентують увагу на значенні покращення користувацького досвіду через інтуїтивно зрозумілі та зручні інтерфейси в електронній комерції, що безпосередньо впливає на ефективність персоналізації.

Персоналізація в електронній комерції розглядається як комплексний, високотехнологічний підхід до взаємодії з клієнтами, спрямований на створення унікального та індивідуального досвіду для кожного користувача. 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 [9]. Основні елементи стратегії персоналізації представлені в таблиці 4.

Таблиця 4

#### Основні елементи стратегії персоналізації

Елемент стратегії персоналізації	Характеристика
Збір та аналіз даних	Аналіз даних про покупки, перегляди, взаємодію з контентом та інші поведінкові аспекти клієнта для глибшого розуміння його інтересів і потреб.
Сегментація аудиторії	Групування клієнтів за схожими характеристиками для подальшого надання індивідуалізованих послуг кожному сегменту.
Адаптація контенту та пропозицій	Використання зібраної інформації для розробки персоналізованих рекомендацій, спеціальних пропозицій, адаптації веб-контенту та інших форм взаємодії.
Персоналізована комунікація	Надсилання клієнтам індивідуальних повідомлень, електронних листів, сповіщень та іншої комунікації для підвищення їхньої залученості та лояльності.
Тестування й оптимізація	Постійний моніторинг ефективності стратегії та її коригування з метою досягнення кращих результатів.

*Джерело: створено автором на основі інформації вище та [8].*

Ключовим аспектом персоналізації є забезпечення кожному клієнту індивідуалізованого та релевантного досвіду, що сприяє зміцненню довгострокових відносин із брендом і підвищенню рівня його лояльності. Вибір конкретного підходу до персоналізації залежить від особливостей бізнесу, характеристик цільової аудиторії та інших факторів. Зокрема, персоналізовані рекомендації, що базуються на аналізі попередніх покупок, переглядів і поведінкових даних користувачів, дозволяють бізнесу ефективніше задовольняти запити клієнтів, пропонуючи їм найбільш релевантні продукти чи послуги.

Персоналізовані знижки та спеціальні пропозиції – передбачають створення унікальних комерційних пропозицій, розрахованих індивідуально

для кожного клієнта. Враховуються історія покупок, попередня взаємодія та інші параметри, щоб зробити пропозиції максимально привабливими [10].

Індивідуалізовані електронні листи та сповіщення – передбачають надсилання клієнтам персоналізованих повідомлень, що формуються на основі їхньої активності. Це можуть бути оновлення, спеціальні пропозиції або інформація про акційні пропозиції, спрямовані на підвищення залученості [11].

Адаптація контенту вебсайту – спрямована на налаштування вмісту вебресурсу відповідно до інтересів і потреб користувача, створюючи індивідуальний досвід для кожного відвідувача, що покращує зручність навігації та загальну взаємодію [8].

Сегментація клієнтської бази – передбачає поділ клієнтів на групи за спільними характеристиками, такими як поведінкові особливості, вік чи місце розташування, що дозволяє надавати їм більш релевантні послуги та пропозиції [8].

Ефективність стратегії персоналізації може значно відрізнятись залежно від специфіки ринку та бізнес-моделі. Тому важливо постійно аналізувати, тестувати й адаптувати підходи, щоб забезпечити оптимальну взаємодію з клієнтами та підвищити їхню лояльність.

У страховій галузі персоналізація відіграє ключову роль у формуванні довгострокових відносин із клієнтами, що підтверджується успішними кейсами провідних компаній:

- Progressive використовує індивідуальні підходи для залучення та утримання клієнтів, аналізуючи дані про водіння та страхові вимоги. На основі цієї інформації компанія розробляє персоналізовані страхові плани, що сприяє підвищенню лояльності клієнтів.
- Allstate застосовує персоналізацію для покращення клієнтського досвіду, аналізуючи історію страхових випадків і профіль кожного клієнта. Завдяки цьому компанія пропонує індивідуальні рекомендації щодо оптимізації страхового покриття, що допомагає клієнтам знижувати ризики та підвищує їхню задоволеність.



- State Farm спеціалізується на персоналізованих страхових рішеннях у сфері страхування життя. Вони розробляють індивідуальні страхові плани та надають консультації з фінансового планування, враховуючи унікальні потреби клієнтів. Такий підхід дозволяє зміцнювати довгострокові відносини з клієнтами та підвищувати їхню лояльність [12].

Пандемія COVID-19 суттєво вплинула на зміну ставлення до процесів персоналізації, прискоривши цифрову трансформацію багатьох галузей, зокрема страхового сектору. За результатами опитування KPMG, 85 % керівників страхових компаній зазначили, що пандемія стала рушійною силою цифровізації операцій та розробки новітніх операційних моделей. Фактично, COVID-19 кардинально змінив ринковий ландшафт для страховиків.

Згідно зі звітом на квітень Digital 2024 Global Statshot, кількість користувачів Інтернету та новітніх цифрових каналів комунікації зростає рекордними темпами [13]:

- 5,65 мільярда людей у світі користуються мобільними телефонами, що становить 69,7 % населення;
- зросла до 5,44 мільярда, при цьому 178 мільйонів нових користувачів за останній рік підвищили глобальний рівень проникнення Інтернету до 67,1 відсотка;
- на початок квітня 2024 року загальна кількість користувачів у всьому світі досягла 5,07 мільярда, що на 5,4 відсотка вище, ніж у квітні 2023 року.

Отже, масштабна цифровізація всіх ключових секторів економіки неминуче веде до трансформації бізнес-моделі страхових компаній у всьому світі, змушуючи їх адаптуватися до нових реалій і впроваджувати персоналізовані стратегії взаємодії з клієнтами [14].

Згідно з прогнозами Future Market Insights (FMI), до 2032 року ринок страхових технологій InsurTech сягне 165,4 млрд доларів, порівняно з 12,5 млрд доларів у 2021 році. Враховуючи такі перспективи, страхові компанії активно

розширюють свою присутність на ринку, впроваджуючи цифрові технології та страхову інфраструктуру відповідно до змін економічного середовища.

Цей процес також сприяє зміцненню партнерських відносин між страховими компаніями, банками та фінансовими установами, що дає змогу створювати інноваційні страхові рішення. Крім того, завдяки впровадженню цифрових страхових послуг компанії розвивають довготривалі відносини зі споживачами, підвищуючи рівень їхньої довіри та лояльності [14].

Розглядаючи рекомендації для страхових компаній та етапи персоналізації рис.2, варто детально проаналізувати кожен з них та надати відповідні рекомендації.

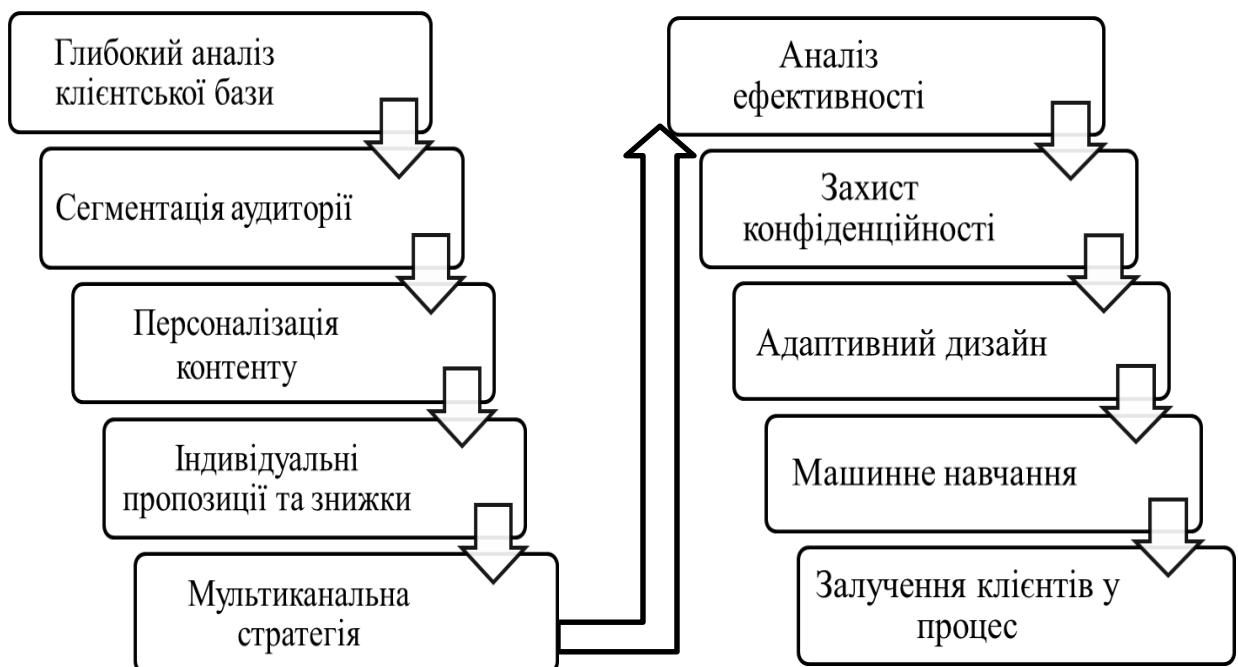


Рис.2 Етапи впровадження персоналізації

*Джерело: власна розробка автора.*

Глибокий аналіз клієнтської бази – першим кроком є всебічне вивчення даних про клієнтів, зокрема їхніх вподобань, потреб, купівельної поведінки та інших важливих характеристик. Для цього компанія повинна застосовувати аналітичні інструменти, які допоможуть ефективно обробляти великі масиви інформації та виявляти закономірності у поведінці клієнтів.

Сегментація аудиторії – після збору та аналізу даних необхідно розробити систему сегментації, яка дозволить поділити клієнтів на групи з подібними характеристиками та потребами. На основі цього страхова компанія зможе адаптувати свої послуги й пропозиції для кожного сегмента, забезпечуючи більш персоналізований підхід до взаємодії з клієнтами.

Персоналізація контенту: страхова компанія повинна забезпечити персоналізований контент на своєму веб-сайті та інших каналах комунікації. Це може включати індивідуальні рекомендації щодо вибору страхових планів, персоналізовані акції або новини про зміни в умовах страхових полісів.

Індивідуальні пропозиції та знижки: за допомогою алгоритмів компанія може створювати персоналізовані пропозиції та знижки для кожного клієнта, що стимулюватиме їх до збереження полісів або розширення покриття через спеціально адаптовані пропозиції.

Мультиканальна стратегія: страхова компанія має забезпечити персоналізований досвід на всіх каналах взаємодії з клієнтами, таких як вебсайт, мобільний додаток, електронна пошта та соціальні мережі. Це підвищує доступність і зручність взаємодії з компанією.

Аналіз ефективності: компанія повинна впровадити систему метрик і аналітики для оцінки результативності своїх персоналізованих стратегій. Це дозволить вчасно визначати ефективні та неефективні підходи й коригувати стратегії.

Захист конфіденційності: для збереження довіри та лояльності клієнтів важливо забезпечити високий рівень захисту їхніх даних. Компанія повинна дотримуватися відповідних стандартів безпеки та конфіденційності інформації [20].

Після детального аналізу рекомендацій для страхових компаній щодо ефективного впровадження персоналізації маємо можливість зробити кілька загальних висновків. Глибокий аналіз даних є основою успішної персоналізації, оскільки дає можливість зрозуміти потреби та вподобання клієнтів. Сегментація аудиторії дозволяє оптимізувати стратегії та створити ефективну

систему на основі зібраних даних. Персоналізований контент підвищує залученість клієнтів, надаючи кожному унікальний досвід. Індивідуальні пропозиції та знижки стимулюють лояльність, а мультиканальний підхід забезпечує комплексну взаємодію з клієнтами. Оцінка ефективності дає змогу покращувати стратегії, а залучення клієнтів до процесу взаємодії допомагає краще враховувати їхні потреби та очікування [20].

Інтеграція Big Data та аналітики в страхову галузь є важливим фактором для покращення процесів прийняття рішень, підвищення ефективності та конкурентоспроможності страхових компаній. Страхові компанії збирають великі обсяги даних з різних джерел, таких як контракти клієнтів, претензійні вимоги, акти огляду майна, медичні документи тощо. Ці дані містять інформацію про клієнтів, ризики, страхові події та інші важливі параметри. Після збору дані обробляються: очищаються, перетворюються та структуруються. Далі дані аналізуються з використанням різноманітних методів та технік аналітики, таких як статистичний аналіз, машинне навчання, інтелектуальний аналіз даних тощо. Цей етап дозволяє виявляти закономірності та тренди що є основою для прийняття обґрунтованих рішень.

Результати аналізу допомагають страховим компаніям краще розуміти ризики, з якими вони стикаються, і приймати відповідні заходи для їх ефективного управління. Наприклад, аналітика може виявити ризик високих збитків у певних регіонах або серед окремих категорій клієнтів, що дозволяє вжити заходів для мінімізації цих ризиків.

Завдяки аналізу даних компанії можуть розробляти персоналізовані продукти та послуги, що відповідають індивідуальним потребам і характеристикам кожного клієнта, підвищуючи таким чином їх задоволеність та лояльність. Аналітика також дозволяє страховикам прогнозувати майбутні тренди та події на ринку, допомагаючи розробляти стратегії для максимізації успіху в майбутньому.

У контексті військового конфлікту інтеграція Big Data та аналітики набуває ще більшого значення, оскільки вона дає змогу оперативно реагувати

на зміни ринкових умов і потреб клієнтів, а також ефективно управляти ризиками, пов'язаними з нестабільною ситуацією [15].

Відповідно до звіту Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв'язку кількість активних абонентів мобільного зв'язку в Україні за 2022 рік зменшилася майже на 12%, що є результатом бойових дій і виїздом населення закордон, проте в 2023 році їх кількість зросла на 1 млн. Кількість активних ідентифікаційних карток мережі мобільного зв'язку станом на 31.12.2023 склала 50,3 млн од., що на 2% більше ніж станом на 31.12.2022 та на 5,6 млн.од. менше ніж станом на 31.12.2021 Велика частка населення використовує декілька номерів мобільного зв'язку. Обробка даних за допомогою технології BigData надає результат на кінець 2023 року –145 картки на 100 жителів [17].

На сьогодні вже чимало послуг у сфері Big Data доступні для банків та страхових компаній (табл. 5).

Таблиця 5

**Послуги, що надаються мобільними операторами  
у сфері Big Data**

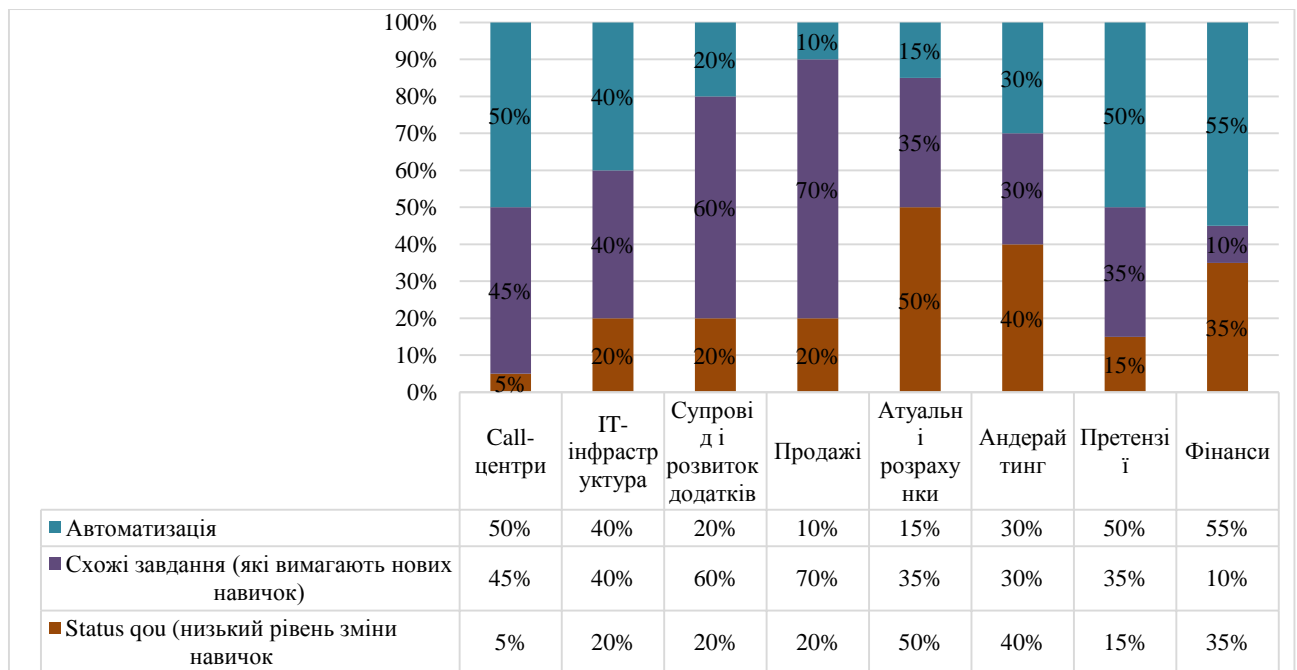
<b>Послуга</b>	<b>Зміст та можливості для використання у банківському і страховому маркетингу</b>
Фінансовий скоринг	Автоматизована оцінка клієнта шляхом аналізу мобільного номера та присвоєння скорингового балу для ухвалення рішення щодо надання фінансової послуги
Таргетована реклама	Персоналізована реклама з урахуванням уподобань та характеристик потенційних клієнтів, що сприяє залученню до банківських і страхових продуктів.
Аналіз клієнтів	Дослідження споживчих уподобань та поведінки для створення нових або вдосконалення існуючих фінансових та страхових послуг.
Модель Look-a-like	Пошук нових клієнтів на основі аналізу активності в Інтернеті, покупок та інших дій, що дозволяє ефективно розширювати клієнтську базу.
Точна геоаналітика	Оцінка привабливості локацій для оптимального розташування банківських та страхових відділень з метою залучення більшої кількості клієнтів.
Геопортал	Геолокаційний аналіз із використанням інтерактивної карти, що дозволяє ефективно визначати цільову аудиторію для маркетингових кампаній, враховуючи масиви даних та географічні особливості.

*Джерело: [16].*

Застосування технології Big Data в діяльності банків і страхових компаній не може повністю замінити традиційні методи. Тому йдеться про інтеграцію Big Data з класичними підходами, що дозволяє досягти синергетичного ефекту.

Для оцінки впливу цифровізації у страхуванні, зокрема через використання Big Data, компанія McKinsey провела аналіз різних секторів страхового бізнесу у провідних страхових компаніях Європи та США.

Дослідження охопило такі аспекти, як андеррайтинг, актуарні розрахунки, обробка претензій та фінансові операції. Результати показали, що протягом наступного десятиліття може бути автоматизовано від 10 до 55 відсотків цих функцій (рис.3).



**Рис. 3. Функції страховиків, які будуть автоматизовані упродовж наступних 10 років**

*Джерело: [18].*

За даними McKinsey, протягом наступного десятиліття до 55% внутрішніх процесів страхових компаній можуть бути автоматизовані. Це стосується таких сфер, як оцінка ризиків, обробка страхових заявок, фінансові операції та інші ключові процеси. Використання Big Data та штучного інтелекту дозволить автоматизувати до третини посад у сфері андеррайтингу, а ще 30% андеррайтерів будуть активно застосовувати цифрові інструменти та

співпрацювати з аналітиками даних для підвищення точності управління ризиками.

Ця глобальна тенденція також актуальна для України, де цифрова трансформація страхового ринку вже перебуває в активній фазі. Провідні українські страхові компанії впроваджують інноваційні цифрові продукти або працюють над їхнім розвитком [21].

Втім, кожна галузь має свої особливості. Наприклад, чат-боти ефективно використовуються для продажу стандартизованих страхових послуг, але в сфері страхування життя вони менш перспективні. Укладення довгострокових договорів потребує персоналізованого підходу, і клієнти надають перевагу спілкуванню з фінансовими консультантами.

Український фінансовий сектор зацікавлений у впровадженні Big Data та алгоритмів машинного навчання. У страхових компаній зростає потреба в об'єднанні даних для підвищення точності андеррайтингу та створення нових маркетингових продуктів, що особливо важливо в умовах воєнного стану та майбутнього відновлення країни. Водночас банки використовують аналітику для оцінки фінансових потреб і видачі кредитів, зокрема для масштабного відновлення інфраструктури.

Таким чином, цифровізація страхового ринку України є складним, але перспективним процесом, який може зробити українську страхову індустрію однією з найсучасніших і найефективніших у світі. Важливим аспектом цього процесу є орієнтація на клієнтів – страхові компанії повинні розробляти цифрові рішення, які відповідають їхнім потребам та очікуванням.

### РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЦЕСІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Цифрова трансформація передбачає модернізацію бізнес-процесів через впровадження цифрових технологій, що суттєво впливають на споживчу поведінку завдяки швидкій обробці інформації та використанню інноваційних методів управління.

InsurTech сприяє оптимізації процесу врегулювання збитків, підвищуючи якість обслуговування клієнтів. Завдяки цифровим технологіям покращується управління ідентифікацією користувачів, що спрощує збір та обмін інформацією для виявлення випадків шахрайства. Крім того, такі рішення допомагають страховим компаніям приймати більш обґрунтовані інвестиційні рішення [22].

Для забезпечення конкурентоспроможності у сфері страхування важливо визначити ключові фактори, які стимулюють впровадження цифрових технологій та сприяють їхньому розвитку. Аналіз цих чинників дозволить ефективно адаптуватися до змін у галузі та впроваджувати інновації максимально продуктивно. У табл. 6 представлено основні фактори, що стимулюють цікавість до цифрової трансформації страхового сектору.

Основною метою цифрової трансформації в Україні є підвищення ефективності та прибутковості різних галузей економіки. Для її успішної реалізації необхідно усунути бар'єри, що гальмують розвиток цифрової економіки, зокрема законодавчі, інституційні та податкові обмеження.

Щоб зробити цифрові технології доступними, важливо врахувати кілька аспектів:

- ✓ Забезпечення вільного доступу до цифрових ресурсів та інструментів.
- ✓ Надання необхідної фінансово-економічної інформації для підтримки цифрових ініціатив.



Створення сприятливих умов сприятиме активному впровадженню цифрових технологій у бізнес-середовище [24].

Таблиця 6

**Основні фактори, що стимулюють інтерес до цифрових технологій у сфері страхування**

Чинник	Значення
Зростання потреб клієнтів	Сучасні клієнти очікують швидкості, зручності та персоналізованого обслуговування, що спонукає компанії впроваджувати технологічні рішення для підвищення якості послуг.
Зростання обсягу даних	Великий обсяг доступних даних дає змогу страховим компаніям застосовувати аналітичні інструменти для оцінки ризиків, прогнозування збитків та розуміння потреб клієнтів.
Розвиток штучного інтелекту	Штучний інтелект автоматизує ключові процеси страхування, зокрема підписання полісів, оцінку ризиків та врегулювання збитків, що підвищує продуктивність і знижує витрати.
Цифрова безпека	Зростаючі цифрові загрози змушують страхові компанії вдосконалювати системи кібербезпеки для захисту персональних даних клієнтів.
Нормативно-правове регулювання	Нові регуляторні вимоги сприяють активному впровадженню цифрових технологій у страхуванні, допомагаючи компаніям відповідати нормативним стандартам.
Інвестування	Фінансування та інвестиції відіграють ключову роль у розвитку InsurTech, дозволяючи впроваджувати інноваційні технології та розширювати спектр послуг.

*Джерело: власна розробка автора.*

Цифрова трансформація змінює традиційні підходи до бізнесу, маркетингу, управління та фінансового обліку, що, у свою чергу, відкриває нові можливості для розвитку національної економіки.

Основні переваги цифровізації:

- ✓ Покращення якості послуг та підвищення ефективності господарських процесів.
- ✓ Розширення доступу до знань, що сприяє конкурентоспроможності на ринку праці.
- ✓ Зменшення розриву в освіті між регіонами завдяки розвитку онлайн-навчання.

Попри високу доступність Інтернету в Україні, онлайн-освіта все ще перебуває на початковому етапі розвитку, що вказує на значний потенціал для подальшого зростання [23].

Цифрова трансформація страхування відкриває нові можливості для компаній, дозволяючи підвищити якість послуг, зменшити витрати, мінімізувати ризики та адаптуватися до змін цифрового середовища. Основні напрями розвитку включають:

Цифрові продукти та послуги – впровадження онлайн-полісів, мобільних додатків, електронних систем зв'язку та онлайн-платформ для спрощення процесів страхування та підвищення їхньої доступності.

1. Big Data та аналітика – використання великих масивів даних для точнішого оцінювання ризиків, вдосконалення підписання полісів, покращення страхових розрахунків і персоналізації послуг.

2. Штучний інтелект та машинне навчання – автоматизація обслуговування клієнтів, оцінки ризиків, управління шкодами та розробки нових страхових продуктів.

3. Інтернет речей (IoT) – застосування смарт-пристроїв для збору даних про стан майна та транспорту, що дає змогу розробляти персоналізовані тарифи та превентивні заходи для запобігання збиткам.

4. Кіберстрахування – створення страхових продуктів для захисту від кіберзагроз, що стають усе більш актуальними для бізнесу та приватних осіб.

5. Блокчейн – використання технології розподіленого реєстру для підвищення прозорості, зменшення шахрайства та спрощення міжнародних транзакцій.

6. Цифрова ідентифікація та біометрія – впровадження безпечних та зручних методів ідентифікації клієнтів для запобігання шахрайству та зниження ризиків [17].

Цифровізація страхового ринку України – це складний, але перспективний процес, який може зробити страхову індустрію однією з найсучасніших у світі. Важливим фактором успіху є орієнтація на клієнтів – компанії повинні розробляти цифрові рішення, що відповідають їхнім очікуванням та потребам, підвищуючи рівень довіри та лояльності клієнтів.

## ВИСНОВКИ

Цифрова трансформація значно впливає на розвиток страхового ринку України, відкриваючи нові можливості та водночас створюючи нові виклики. У межах кваліфікаційної роботи бакалавра було проведено дослідження сучасного стану цифрових змін у страховій сфері, аналіз успішних практик, переваг і ризиків, а також ключових факторів, що визначають ефективність цифровізації страхових послуг в Україні.

Досвід провідних страхових компаній демонструє значний вплив персоналізації на рівень задоволеності клієнтів:

✓ Progressive Insurance застосовує індивідуальний підхід, аналізуючи стиль водіння та історію страхових випадків кожного клієнта. На основі цих даних формуються персоналізовані страхові плани, що сприяє підвищенню довіри та лояльності.

✓ Allstate Insurance використовує аналіз страхових історій клієнтів для надання персоналізованих рекомендацій щодо оптимізації страхового покриття та мінімізації ризиків, що позитивно впливає на задоволеність клієнтів.

✓ State Farm Insurance спеціалізується на персоналізованих рішеннях у сфері страхування життя, пропонуючи індивідуальні консультації та фінансове планування, що дозволяє формувати довгострокові відносини з клієнтами.

Цифрова трансформація змінює підходи до роботи страхових компаній, роблячи процеси більш ефективними, зручними та економічно вигідними. Вона дозволяє:

- Підвищити якість обслуговування завдяки автоматизації рутинних процесів.
- Знизити витрати через впровадження цифрових рішень.
- Поліпшити управління ризиками завдяки аналізу великих масивів даних.

- Оперативно реагувати на потреби клієнтів, підвищуючи рівень їхньої задоволеності.

- Посилити конкурентоспроможність страхових компаній та забезпечити стабільний прибуток.

Попри численні переваги, цифровізація страхування супроводжується певними викликами:

- ✓ Технологічні ризики – відставання від сучасних технологій або їх недостатнє використання.

- ✓ Недосконалість аналітичних систем – недостатній рівень збору та обробки даних.

- ✓ Регуляторні обмеження – необхідність відповідності законодавчим вимогам.

- ✓ Кібербезпека – ризики витоку даних та загрози кібератак.

Ключові переваги цифровізації страхового ринку України

1. Підвищення ефективності завдяки автоматизації процесів та оптимізації бізнес-моделей.

2. Зручність для клієнтів через впровадження онлайн-сервісів, мобільних додатків та персоналізованих пропозицій.

3. Зниження ризиків і шахрайства за допомогою штучного інтелекту, аналітики даних та технологій блокчейн.

Фактори успішної цифрової трансформації страхового сектору

- Чітка стратегія цифрового розвитку – визначення ключових напрямів і пріоритетів цифровізації.

- Співпраця між підрозділами – ефективна взаємодія всередині компанії.

- Зміна корпоративної культури – готовність персоналу до впровадження інновацій.

- Партнерство з технологічними стартапами – створення екосистеми для розвитку цифрових рішень.

- Перспективи цифровізації страхового ринку України

Аналіз впровадження цифрових технологій свідчить про значний прогрес, хоча все ще існують можливості для подальшого розвитку.

Активне впровадження інновацій дозволить страховим компаніям:

- Підвищити свою конкурентоспроможність.
- Розширити клієнтську базу.
- Розробляти інноваційні страхові продукти.

Цифровізація страхового ринку України є необхідним кроком для забезпечення його стійкого розвитку, що сприятиме зміцненню довіри клієнтів та створенню ефективної страхової екосистеми.

## Бібліографічний список

1. Сосновська О. О., Сіренька І. І. Тенденції інноваційного розвитку страхових компаній в Україні. *Європейський науковий журнал Економічних та фінансових інновацій*. 2021. Т. 2. № 8. С. 20-30. URL: <https://doi.org/10.32750/2021-0202>
2. Снідко Є.А., Мікуляк К.А. Insurtech як напрям розвитку страхування. *Трансформація страхового ринку України в світлі сучасних економічних викликів*: матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти та молодих учених. м. Миколаїв, 18-19 квітня 2023 р. Миколаїв : МНАУ, С. 40-42.
3. Самошкіна І. Розвиток диджиталізації страхового ринку України. *Економіка та суспільство*. 2022. №41 URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-52>
4. Марина А., Пеценко М. Страховий ринок України в умовах війни. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. № 5 (05). С. 44–51. <https://doi.org/10.32782/dees>.
5. Блажко О. О. Вплив цифрових технологій на розвиток страхового бізнесу. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. 2023. № 4(36). С. 291-301.
6. 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)
7. 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)
8. Ткаченко О., Ковбатюк Г. Деякі аспекти розробки та функціонування експертної системи «страхування на транспорті». *Транспортні системи і технології*. 2019. С. 18-27.
9. 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.

10. Онишко С.В., Богріновцева Л.М., Ключка О. В. Трансформація страхового ринку України в умовах сьогодення. *Інтернаука. Серія: Економічні науки*. 2023. №9. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-9-9147>

11. Татаринцева Ю., Строков Є. Сучасні інформаційні технології у страхування: аналіз переваг та недоліків. *Вісник Національного технічного університету Харківський політехнічний інститут (економічні науки)*. 2023. №5. С. 80-83.

12. Попко О., Філатов В. Персоналізація в сучасному маркетингу та її вплив на лояльність клієнтів. *Економіка та суспільство*. 2023. №58. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-10>

13. Звіт Digital Global Statshot 2024 URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-april-global-statshot>

14. Прокопчук О. Т. Особливості цифрової трансформації у страховій індустрії. *Формування новітньої парадигми управління публічними та приватними фінансами в Україні: матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. (8 грудня 2023 р., м. Хмельницький – м. Херсон)*. 2023. С. 83-85.

15. Трофименко О. Г. Щодо застосування технологій Big . *Кібербезпека в сучасному світі* : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 19 листопада 2021 р.). Одеса. 2021. С. 110-115.

16. Мобільний зв'язок від Київстар. Національний оператор мобільного зв'язку. URL: <https://kyivstar.ua>

17. Звіту Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв'язку за 2023, URL: <https://surl.li/choiqe>

18. Костенко О. В. Напрями розвитку права у сфері Інтернет речей (IoT) та штучного інтелекту. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2021. №3. С. 130-136.

19. Балазюк О., Пилявець В. Технологія блокчейн: дослідження суті та

аналіз сфер використання. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-13>

20. Гавадзин Н.О., Запухлий Р. І., Григорська Н.М., Гребенюк Н.В. Цифровізація страхування. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2023. № 48. С. 14-17.

21. Чуницька І.І., Богріновцева Л. М. Особливості діяльності страхових компаній на фінансовому ринку України в умовах воєнного стану. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 71. С. 251-258. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/71\\_2023/46.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/71_2023/46.pdf)

22. Соколова А.М., Гапон Т.О. Перспективи розвитку ринку страхових послуг в умовах цифровізації. Проблеми та перспективи розвитку фінансової системи в сучасних умовах : збірник матеріалів III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 15–16 квітня 2021 року). Полтава : ПУЕТ. 2021. С. 209-212.

23. 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>

24. Соболева-Терещенко О., Броніцька К. Фінансова стратегія страхових компаній в умовах впровадження законодавчих змін регулювання учасників фінансового ринку. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2019. № 2(4). С. 68-79. URL: <https://doi.org/10.32750/2019-0207>

25. Чуницька І., Богріновцева, Л., Ключка О. Аналіз впливу сучасних технологій на розвиток страхового бізнесу в Україні. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. №7. URL: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/141/144>

26. Офіційний сайт журналу про страхування, перестраховання та іншуртех Forinsurer. URL: <https://forinsurer.com/>

27. Global Fintech. Prudence, Profits, and Growth 2nd edition, coauthored by BCG and QED Investor. 2024. URL: <https://web-assets.bcg.com/60/c1/4373568b4050a6f760808f828cf2/2024-fintech-report-june-2024-1.pdf>



Таблиця А.1

## Вплив цифрової трансформації на розвиток страхового бізнесу

Переваги впровадження цифрових технологій у страхуванні		Результати цифровізації страхового бізнесу	
1. Покращення взаємодії (комунікації з клієнтами)	Цифрові технології дозволяють страховим компаніям зробити доступним і прозорим процес страхування та підвищити рівень обслуговування клієнтів за рахунок покращення комунікації з ними, а саме:	<i>Зростання задоволення клієнтів і зацікавленості у страхуванні. Зростання потреби у страхуванні.</i>	<i>Збільшення кількості залучених клієнтів і зростання лояльності до бренду страхової компанії.</i>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• спрощення процесу купівлі страхових полісів та легкого доступу до онлайн управління ними без необхідності відвідувати офіс страхової компанії. Доступ до керування і відстеження онлайн платежів забезпечує прямий зв'язок між суб'єктами страхування і зменшує їх витрати часу і коштів.</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• забезпечення зручної та швидкої взаємодії між клієнтами та страховими компаніями за рахунок доступу до онлайн-консультацій та онлайн-підтримки.</li> <li>• забезпечення персоналізованого обслуговування клієнтів, оскільки цифрові інструменти дозволяють страховикам визначати потреби клієнтів та розробляти персональні страхові послуги відповідно до їхніх інтересів. Це є основою реалізації клієнтоорієнтованого підходу в діяльності страхової компанії.</li> </ul>		
2. Розширення переліку видів страхових послуг	Цифрові технології надають можливості для розвитку нових послуг: -страхування на час короткострокових подій; -мікрострахування; страхування на основі «Internet of Things» (IoT); -розумне страхування та ін.	<i>Зростання задоволення індивідуальних потреб клієнтів і зацікавленості у страхуванні. Зростання кількості цифрових страхових послуг.</i>	
3. Розширення можливості співпраці з іншими суб'єктами фінансового ринку	Цифрові технології відкривають можливості для співпраці зі стартапами, FinTechs та іншими інноваційними фінансовими компаніями для спільної розробки нових страхових продуктів та послуг.	<i>Зростання кількості нових видів страхових продуктів та послуг у результаті інтеграції на фінансовому ринку.</i>	