

В. Д. Базилевич,

*д. е. н., професор, професор кафедри економічної теорії, макро- і мікроекономіки,
чл.-кор. НАН України, Київський національний університет імені Тараса Шевченка
ORCID ID: 0000-0001-8030-8651*

Н. В. Приказюк,

*д. е. н., доцент, завідувач кафедри страхування, банківської справи та фінансово-менеджменту,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
ORCID ID: 0000-0002-7813-8590*

О. М. Лобова,

*к. е. н., доцент кафедри страхування, банківської справи та фінансово-менеджменту,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
ORCID ID: 0000-0002-6585-5152*

DOI: 10.32702/2306-6806.2020.2.15

ЦИФРОВІЗАЦІЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

V. Bazylevych,

*Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of Economic Theory, Macro- and Microeconomics
Department, Corresponding Member of NAS of Ukraine, Taras Shevchenko National University of Kyiv
N. Prykaziuk,*

*Doctor of Economic Sciences, associate Professor, Head of Department of Insurance, Banking and Risk
Management, Taras Shevchenko National University of Kyiv*

O. Lobova,

*PhD in Economics, associate Professor of Department of Insurance, Banking and Risk Management
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

DIGITALIZATION OF SECURE COMPETITIVE EXCURSIONS OF INSURANCE COMPANIES

У статті досліджується роль цифрової трансформації у підвищенні конкурентоспроможності страхових компаній. Аналізуються загрози, що можуть виникати у зв'язку з процесом цифровізації страхової галузі. Розглядаються потенційні можливості та переваги запровадження інновацій, які не лише дозволяють краще взаємодіяти зі споживачами страхових послуг, але й сприяють удосконаленню управління ризиками самих страховиків. Доведено, що в сучасних умовах кардинально змінюються підходи до процесу надання страхових послуг. Це передбачає всеохоплюючу індивідуалізацію страхових послуг та повну клієнтоорієнтованість страховиків. Окреслено інструментарій потенційного підвищення конкурентоспроможності страхових компаній, який охоплює широкий перелік заходів цифрової трансформації. Доведено необхідність поглиблення взаємодії між страховиками компаній та інноваційними компаніями-гігантами даних, що забезпечить прискорення цифрової трансформації перших.

The article examines the role of digital transformation in improving the competitiveness of insurance companies. Threats that may arise from the digitalization of the insurance industry are analyzed. The potentials and benefits of innovations are considered, which not only allow the better interaction with consumers of insurance services, but also help to improve the risk management of the insurers themselves. It is justified that one of the main assets of modern insurers around the world is the use of digital platforms in their activity, which allows to meet the needs of insurers more quickly and efficiently than before. The growing amount of digital transactions expand the economic power of digital platforms that connect consumers, businesses and even industries. In this way, digital technologies change the business model of the insurance industry, and this affect the way insurance

products are developed and distributed, risk and claim management, and insurance coverage. Insurers gain access to deeper data analytics information and apply new approaches to reduce risk, improve segmentation and reduce fraud. It is proved that in modern conditions the approaches to the process of providing insurance services are radically changing. Digital transformation has a significant impact on the development of insurance services distribution channels. This involves comprehensive individualization of insurance services and total insurers client orientation. The toolkit of potential enhancement of competitiveness of insurance companies, which covers a wide range of digital transformation measures, is outlined. The necessity of deepening the interaction between insurers and innovative data giants' companies was proved, which will accelerate the digital transformation of the former. It is justified that the most competitive in the future will be insurers who are able to adapt quickly and have a deep understanding of new technologies. In this way, insurance companies that are able to deploy a corporate strategy for collecting, creating, managing and delivering digital information will be well ahead of their competitors and will become leaders in the digital future.

Ключові слова: цифровізація, цифрова трансформація, страхові компанії, Великі дані, телематика, InsurTech.

Key words: digitization, digital transformation, insurance companies, Big Data, telematics, InsurTech.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Цифровізація є невід'ємною складовою розвитку сучасного суспільства. Ці процеси сьогодні притаманні практично всім галузям економіки. Не є виключенням і страхова галузь. Можливості цифрових технологій разом із запровадженням інновацій дозволяють страховикам обслуговувати більш широкий спектр нових клієнтів, у тому числі сучасних прогресивних споживачів, що призводить до виникнення нових потоків доходів.

Цифрова трансформація змінює глибині основи взаємодії між страховиками та страхувальниками, що забезпечується створенням щільної маркетингово-інформаційної мережі, яка підтримується технологічними рішеннями. Впровадження цифрових платформ у страхуванні є одним з основних надбань сучасних страховиків по всьому світу, адже такі технології дозволяють забезпечувати потреби страхувальників швидко та якісно. Водночас задля досягнення повної цифровізації, зміни мають охоплювати весь ланцюжок цифрової взаємодії — від залучення клієнтів, використовуючи потенціал соціальних медіа та мобільних додатків, до аналізу ризиків страхових компаній за допомогою аналітики, телематики та "Інтернету речей".

Попри очевидну потребу у цифровізації, навіть у розвинених країнах, запровадження сучасних технологічних рішень в окремих галузях страхування (насамперед страхуванні життя), гальмується через неготовність страховиків до всеохоплюючої зміни усталених підходів.

Водночас страховикам вже зараз слід враховувати значний тиск, який можуть чинити на них існуючі і потенційні конкуренти (як більш інноваційно спрямовані страхові компанії, так і сучасні компанії технологічного сектору, які не будучи фінансовими установами, володіють надвеликими масивами інформації, а отже, можуть поступово освоювати нові для них ринки, зокрема і страховий). Таким чином, трансформація підходів до оцінки потенціалу конкурентів має бути основою для формування сучасних стратегій конкурентної боротьби. Це лише один з напрямів комплексного підходу страхових компаній у адаптації до новітніх умов цифровізації. Окреслене вище свідчить про актуальність та доцільність цього дослідження.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання цифровізації страхової галузі є предметом дослідження як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Серед значної кількості вітчизняних авторів, які розглядають вплив технологій та інновацій на страхові компанії можна зокрема зазначити М.П. Денисенко [1], В.І. Ерастова [2], В.П. Ільчука [3], С.В. Науменкову [4], Л.В. Нечипорук [5], О.М. Парубця, Р.В. Пікус [6], Д.О. Сугоняко та інших.

Надзвичайно широко зазначені питання досліджуються і у зарубіжній літературі. До сучасних вчених, які вивчають проблематику цифровізації у страховій галузі належать такі: М. Елінг, М. Леманн [7], М. Науман, П. Тишгаузер [8] та інші.

З-поміж останніх досліджень вітчизняних науковців, найбільш широко проблематика інновацій розкрито в працях В.І. Ерастова [2], який досліджує зміст Інтернет-страхування також аналізує можливості використання сучасних технологій задля активізації продажів та збільшення конкурентоспроможності страхових компаній. Розглядаючи інноваційний розвиток, як базис підвищення ефективності страхування, Р.В. Пікус [6, с. 76] акцентує увагу на тому, що автоматизація та використання хмарних технологій є необхідною складовою управління сучасною страховою компанією.

Заслуговує уваги дослідження проблематики цифровізації зарубіжними вченими. Так, К. Бік та А. Корнелій, розглядаючи перспективні напрями впровадження інновацій у страховій сфері, наголошують на необхідності використання страховиками всього спектру можливостей та переваг, які вони надають [9, с. 4].

Попри досить широке висвітлення проблематики використання інновацій у сфері страхування, слід відмітити, що деякі питання все ще потребують більш детального дослідження. Так, необхідним є вивчення можливостей, які несе з собою всеохоплююча цифровізація, насамперед у контексті досягнення страховими компаніями нових рівнів управління ефективністю власної діяльності, а також одержання конкурентних переваг над іншими учасниками ринку. Водночас не менш важливим є вивчення загроз, що супроводжують процеси цифрової трансформації. Саме різнобічний аналіз

впливу цифровізації на страхові компанії визначає доцільність проведення даного дослідження.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є у виявлення можливостей та загроз, які несе із собою процес цифрової трансформації для страхових компаній у контексті зростання їх конкурентоспроможності. Відповідно до поставленої мети, у статті пропонується вирішити такі завдання:

- проаналізувати загрози, що супроводжують процес цифровізації у страховій галузі;
- вивчити існуючі можливості для зростання рівня конкурентоспроможності страхових компаній;
- розглянути переваги та особливості впровадження страховими компаніями інноваційних клієнтоорієнтованих стратегій;
- виявити перспективні цифрові технології, що будуть обумовлювати розвиток страхової індустрії на наступні роки.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Існування дієвого страхування забезпечує можливість ризикувати, підтримувати економічне зростання, заохочувати інновації та, зрештою, підвищувати стійкість суспільства та економіки. Страхування відіграє важливу роль у вирішенні найбільших проблем сучасного суспільства, як-от: кібер-ризиків, наслідки трансформації технологій та зміну суспільстві, що зумовлені демографічними тенденціями. Зростаюча взаємопов'язаність з цифровими технологіями певним чином знижує ризики в існуючих системах. Однак, прискорена цифровізація і збільшення відкритих та підключених цифрових середовищ створюють нові ризики, які, окрім іншого, є менш передбачуваними, ніж раніше [10, с. 4].

Сьогодні цифрові технології лежить в основі майже всіх аспектів сучасної роботи, подорожей, дозволяють та здоров'я людей. Зворотній бік цього цифрового "проникнення", полягає у тому, що широке використання автономних машин, як-от: машини без водіїв, роботів, які застосовуються у медичній практиці, безпілотних літальних апаратів може призвести до структурних зрушень у формах розподілу втрат, що надзвичайно важливо для страховиків. Так, автономні машини все частіше входять у бізнес та повсякденне життя страхувальників. І це стосується практично всіх галузей економіки, включаючи виробництво, транспортування, харчову промисловість, сільське господарство, охорону здоров'я, освіту, фінанси тощо.

За таких умов зводиться до мінімуму людський фактор, який зазвичай є основною причиною нещасних випадків, може відбутися перехід від частоти втрат до їх тяжкості, а отже, вони мають обраховуватись по-новому. Одна і та ж помилка програмування може повторюватись на численних машинах, або одна машина може повторити помилкову діяльність кілька разів, що призведе до непередбаченого накопичення втрат. Системна несправність автономних машин, які керують критично важливими інфраструктурними системами (ІТ-мережами, електропостачанням тощо), може навіть істотно вплинути на взаємопов'язані глобальні економіки та суспільства. З урахуванням такого потенційного посилення впливу збитків / втрат, страховики можуть бути змушені накопичувати додатковий капітал.

Можна сказати, що цифрові технології змінюють бізнес-модель страхової галузі. Це призводить до змін у страхових покриттях, способах, якими вони проєктують і поширюють продукти, гарантують ризики і управляють претензіями.

У зарубіжній практиці існує безліч прикладів того, як цифровізація змінює характер страхових продуктів, серед яких, зокрема, страхування на вимогу, страхування на основі використання і економіки спільного використання [11, с. 7].

Крім того, цифрова трансформація суттєво впливає на розвиток каналів розповсюдження страхових послуг. У той час як традиційні посередники, такі як агенти та брокери, продовжують домінувати у якості каналу реалізації страхових продуктів, більшість секторів страхування у всьому світі досить активно переходять на мобільні та Інтернет-канали, особливо у таких напрямках, як автомобільне страхування, де характер покриття стає все більш стандартизованим.

Продажі з використанням технологій електронної комерції, включаючи продажі в Інтернеті, телемаркетинг або цільову рекламну діяльність, постійно зростають. Ймовірно, що цифрові технології з часом дозволять клієнтам реалізовувати майже всі свої потреби в страхуванні через віддалені цифрові канали.

Водночас і процеси обробки претензій можуть бути спрощені, та упорядковані за допомогою сучасних технологій. Автоматичне сповіщення про збитки, обробка претензій у режимі реального часу, прогнозування оцінки збитків, можливості самообслуговування та електронні платежі все частіше використовуються для підвищення ефективності управління претензіями.

Страхові компанії, що впроваджують технології у свою діяльність, використовують сучасну аналітику, щоб створити системи раннього попередження та зібрати практичну інформацію, яка запобігає нещасним випадкам. Все частіше застосовуються методи оцінки після подій, які передбачають зчитування інформації з дронів, датчиків та супутникових зображень для швидкого та легкого розгляду претензій (наприклад, після стихійних катастроф). Застосування технологій також може бути ефективним для виявлення та пом'якшення впливу страхових шахрайств.

Цифровізація дозволяє страховикам отримувати додатковий прибуток через використання додаткових можливостей розробляти інноваційні та більш орієнтовані на клієнта продукти та рішення, і в той же час зменшувати витрати. Знижуючи витрати на збір та обробку інформації, цифрові технології та автоматизація дають можливість страховикам адмініструвати та знижувати ціновий ризик, а також ефективно врегульовувати претензії. На конкурентному ринку це врешті-решт призведе до зниження премій, підвищення доступності та покриття [12, с. 6].

Слід зазначити, що у результаті всіх цих процесів змінюється конкурентний ландшафт. А зростаюче значення даних може викликати занепокоєння щодо їх ролі в економічних процесах, адже це призводить до виникнення низки компаній, які досягають великого обороту на основі ділових моделей, що базуються на технології Великих даних. Відсутність доступу до певних наборів даних може виступати бар'єром для нових суб'єктів, які потрапляють на ринок, або навіть на тих, хто вже перебуває на ньому.

Фактичні бар'єри на шляху вступу зменшують інновації та конкуренцію між продуктами та послугами. Як результат, споживачі можуть зіткнутися з високими цінами, поганою якістю послуг та зменшенням вибору товару. Деякі світові технологічні компанії мають дуже велику частку ринку у своєму конкурентному ринковому сегменті, що забезпечує їм унікальний доступ до клієнтів та їх даних. Такі домінуючі позиції можуть використовуватись для поширення монополії на страхових ринках, дискримінації та зміни конкурентного середовища.

Так, у міру того, як цифрові платформи здійснюють більше економічних транзакцій, розширюється економічна міць цих мереж, які пов'язують споживачів, компанії і навіть галузі промисловості. У результаті, традиційні кордони між секторами промисловості стають розмитими, а конкуренція зменшується. Свідченням цього зокрема є "AntFinancial", яка є дочірньою компанією "Alibaba". Діяльність "AntFinancial" ґрунтується на даних з великої бази користувачів "Alibaba", що забез-

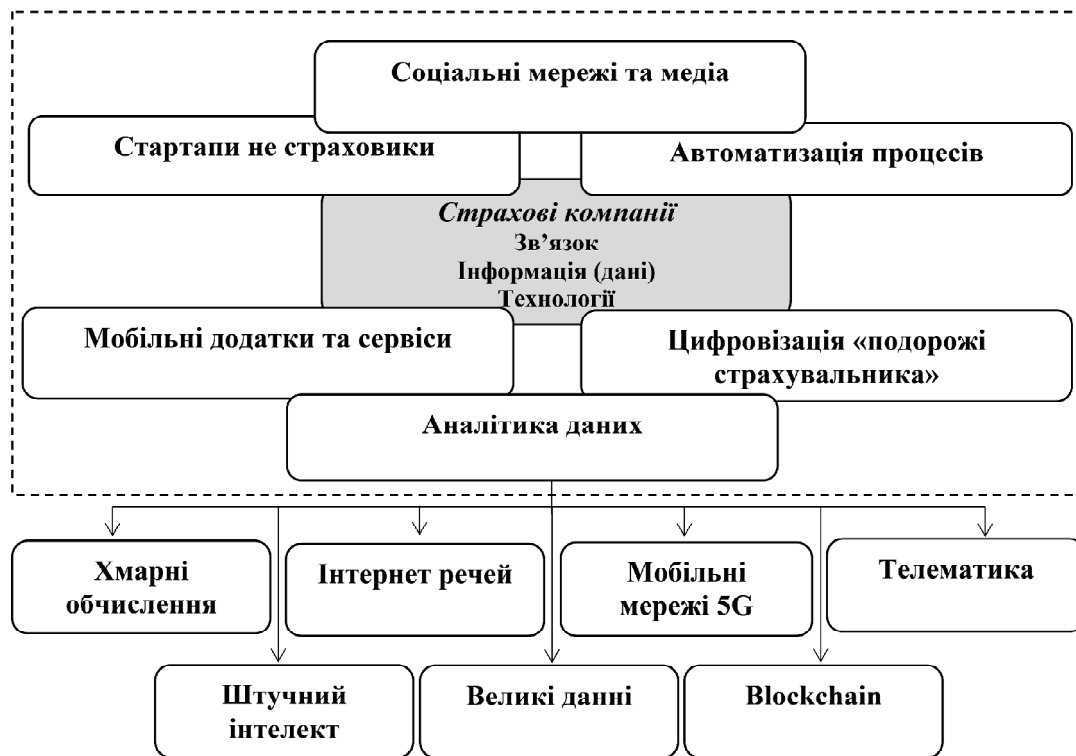


Рис. 1. Інструментарій потенційного підвищення конкурентоспроможності страхових компаній

печує реалізацію традиційних фінансових послуг. Така платформа практично реорганізувала фінансовий сектор Китаю довкола себе. У "AntFinancial" понад півмільярда користувачів, а сама компанія надає платіжні послуги "Alipay", здійснює управління капіталом ("Yu'eBao") та кредитування (MYbank). Окрім цього, "AntFinancial" включає в себе близько 80 страхових компаній і продає понад 2000 страхових продуктів [10, с. 14].

Залишається відкритим питання, відносно того, що в довгостроковій перспективі трапляється з традиційними постачальниками фінансових продуктів, у випадку, якщо компанії, чії основні джерела доходу знаходяться за межами фінансової сфери, пропонуватимуть фінансові продукти, причому основною мотивацією яких буде отримання даних, а не доходу. З одного боку, у короткостроковій перспективі це може призвести до зниження цін для споживачів, але з іншого — викликати надмірну пропозицію фінансових продуктів і, можливо, масовий неправильний розподіл капіталу.

Виходячи із зазначеного, прискорення цифровізації страхових компаній є не лише перспективним для них самих, але й для всієї фінансової галузі. Враховуючи можливості та ризики, страхові компанії мають скористатись всіма перевагами, які надає цифрова трансформація. Так, загалом можна виділити виділяють шість напрямів (див. рис. 1), які за умов використання страховиками можуть мати суттєвий позитивний вплив на підвищення їх конкурентоспроможності порівняно з іншими компаніями на ринку.

Одним з базових напрямів цифрової трансформації страхувальників має стати цифровізація "подорожі страхувальників"¹. Сфера послуг на теперішньому етапі розвитку передбачає максимальне спрощення придбання різноманітних продуктів за допомогою Інтернету, соціальних мереж та інших цифрових каналів. Таким чином, потреби і вимоги

потенційних страхувальників неухильно зростають. Вони прагнуть отримувати послуги аналогічні до тих, що надають їм онлайн-компанії. Виходячи з цього, страхові компанії мають відповідати сучасним вимогам, які висувають до них клієнти. Насамперед це стосується широкого представлення інформації про страхові послуги у мережі Інтернет [14]. "Подорож страхувальників" здебільшого розпочинається з вивчення інформації про страхову компанію через її персональні сторінки у мережі Інтернет та соціальних медіа. Саме тому, страховики мають гарантувати достовірність та змістовність інформації на цих ресурсах.

Ще одним аспектом взаємодії страховиків зі страхувальниками в епоху цифровізації є максимальна персоналізація пропозицій з використанням багатоканального підходу. Завдяки наявності великих масивів інформації про клієнтів, страхові компанії все частіше пропонують наповнення страхових продуктів, яке якнайкраще відповідає потребам страхувальників, чим безперечно підвищують їх лояльність до себе. Також клієнти очікують від страхових компаній спрощення процесу придбання страхового продукту, що має забезпечуватись розробкою простих та ефективних варіантів самообслуговування, з наявністю можливостей управління онлайн-транзакціями.

Підсумком успішної реалізації "подорожі страхувальника" мають бути позитивні відгуки про страхову компанію, що є надзвичайно важливим у прийнятті рішень майбутніх клієнтів.

Досить важливу роль у цифровізації діяльності страхових компаній відіграє впровадження мобільних рішень. Використання моніторингу та візуалізації в режимі реального часу кардинально змінює відносини страховиків із клієнтами. Власники полісів, які погоджуються дозволити страховику відслідковувати свої звички, зокрема за допомогою

¹ Під "подорожжю страхувальників" у цьому контексті розуміється англійський термін "customerjourney", зміст якого полягає у окресленні шляху, який долає клієнт — від формалізації потреб встраховій послугі до її придбання.

технологій телематики, можуть дізнатися більше про себе та використовувати інформацію для адаптації поведінки чи зменшення ризиків [15, с. 25]. Отже, роль страховиків розширюється — від передусім відшкодування збитків до широкого консультування страхувальників щодо запобігання, пом'якшення та управління ризиками.

Попри те, що на тепер соціальні медіа, як канал продажу страхових продуктів є другорядним, безперечним є їх високий потенціал для збору даних про потреби клієнтів. Насамперед це стосується дослідження мотивів та поглядів майбутніх страхувальників під час розробки нових видів страхових послуг. Крім того, соціальні медіа можуть активно використовуватись під час тестування продуктів перед їх широкомасштабним розповсюдженням [11, с. 10].

Наступним напрямом цифровізації страхових компаній є повсюдне використання Великих даних та передової аналітики. Однією зі значних переваг цифровізації є спрощення та збільшення ефективності процесу андеррайтингу. Традиційні прийоми андеррайтингу для диференціації та вибору ризиків можуть бути ефективними, однак цей процес досить трудомісткий і вимагає великих витрат. Нові джерела даних та платформи для їх зберігання та аналізу, а також швидкі, інноваційні технології для отримання даних або автоматизації існуючих процесів скоротять тривалість та інвазивність оцінки ризиків, покращать вибір ризику та дозволять персоналізувати ціноутворення.

Традиційно розміри ризику розраховувались за допомогою попередніх даних про претензії. Цифровізація повністю змінює підходи до оцінки ризиків за допомогою технологічних розробок. Так, використання телематики та "Інтернету речей" (IoT) дозволяє страховикам покращувати індивідуальний профіль ризику страхувальника, що забезпечує можливість підвищення точності ціноутворення [16, с. 10].

Автоматизація та спрощення процесів є невід'ємною складовою процесу цифровізації, який дозволяє страховикам бути гнучкими та досягати економічної ефективності. Крім того, автоматизація забезпечує зменшення трудомісткого процесу аналізу аналітики даних чим, відповідно, знижуються витрати.

Окрім зазначених напрямів цифрової трансформації, страхові компанії мають суттєву увагу приділяти взаємодії з високотехнологічними компаніями-гігантами даних. Нові технологічні фірми, або по-іншому InsurTechs — входять у галузь, щоб надавати окремі послуги, що зазвичай були сферою діяльності діючих страховиків і посередників. Промислові компанії (у тому числі виробники транспортних засобів), а також визнані технологічні компанії також розглядають можливості надання страхових послуг. Нові учасники надають можливості для взаємовигідного партнерства, але вони можуть стати і прямими конкурентами, здійснюючи тиск на маржу прибутку, та впливаючи на взаємодію страховиків з клієнтами. Водночас страхові стартапи та інші учасники ринку загалом не чинять значного руйнівного впливу на страхову галузь. Замість цього, вони відіграють доповнюючу роль, оскільки діючі страховики самі роблять стратегічні інвестиції в компанії-стартапи, дозволяючи їм брати участь у цих розробках. Тенденції у фінансуванні вказують на те, що інвестори вважають багато компаній InsurTech комерційно життєздатними в масовому масштабі [17, с. 15].

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження ролі цифрової трансформації у забезпеченні конкурентних переваг страхових компаній дало можливість сформулювати наступні висновки:

— З'ясовано що, цифрові технології, технологічний прогрес та наявність нових джерел даних призводить до радикального зрушення природи ризиків для суспільства, змін у страховій галузі, а також переналаштування конкурентного ландшафту.

— Встановлено, що цифровізація дозволяє страховикам розширювати практику взаємодії з клієнтами, застосовувати нові підходи до управління ризиками, страховими претензіями та виплатами, зменшувати рівень шахрайства, що загалом підвищує їх економічну ефективність. Водночас потребує значної уваги аналіз ризиків, які несуть ці процеси, адже вони можуть призводити до структурних зрушень у формах розподілу втрат.

— Виявлено, що під впливом цифрових технологій суттєво змінюються очікування споживачів страхових послуг, що потребує від страхувальників розробки і впровадження принципово нових стратегій взаємодії зі страхувальниками. В основу таких стратегій має бути покладено індивідуалізований підхід, що передбачає диференціацію продуктів, сегментацію ринку/ клієнтів.

— Обґрунтовано інструментарій (перспективні цифрові технології) потенційного підвищення конкурентоспроможності страхових компаній в умовах цифровізації. Існуючі технології є вже досить зрілими і продовжують вдосконалюватись. Це відкриває для страхових компаній нові конкурентні можливості, проте потребує оперативності прийняття рішень та використання всього доступного інструментарію перетворень — від цифровізації "подорожі страхувальників" та використання ресурсів мережі Інтернет, до пошуку шляхів взаємодії з інноваційними компаніями-гігантами даних.

Література:

1. Денисенко М.П., Коргун О.П. Інновації на страховому ринку України. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 21. С. 79—82.
2. Ерастов В.І. Інтернет-страхування на ринку страхових послуг України [Дисертація]: дис.... канд. екон. наук: 08.00.08. Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, М-во освіти і науки України. Київ. 2018. 234 с.: веб-сайт. URL: http://scc.univ.kiev.ua/upload/iblock/3d8/dis_Erastov%20V.I..pdf (дата звернення: 20.01.2020).
3. Ільчук В.П., Парубець О.М., Сугоняко Д.О. Інноваційні підходи до розвитку ринку кіберстрахування в Україні. Ефективна економіка. 2018. № 5: веб-сайт. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/5_2018/5.pdf (дата звернення: 10.01.2020).
4. Науменкова С.В., Міщенко С.В. Ринок фінансових послуг: Навч. посіб. Рекомендовано МОН. К. 2010. 532 с.
5. Нечипорук А.В. Інновації на ринку страхових послуг в умовах мережевої економіки. Wspolczesne trendy w gospodarce i sektorze publicznym: monograph. — Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2016. 2.8. С. 165—174.
6. Пікус Р., Заколюдажний В. Інноваційний розвиток страхової діяльності як основа підвищення її ефективності. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2015. Вип. 3. С. 72—80.
7. Martin Lehmann, Martin Eling. (2018) The Impact of Digitalization on the Insurance Value Chain and the Insurability of Risks. Geneva Papers on Risk and Insurance. № 43. PP. 359—396: веб-сайт. URL: https://www.researchgate.net/publication/321636110_The_Impact_of_Digitalization_on_the_Insurance_Value_Chain_and_the_Insurability_of_Risks (дата звернення: 12.01.2020).
8. Tischhauser P., Naumann M., Candreira A., Treier S. and Senser J. (2016) Digitalisierung: Der Schweizer Versicherungssektor im Umbruch. The Boston Consulting Group: веб-сайт. URL: http://image-src.bcg.com/BCG_COM/Report_Digitalisierung_tcm20-40440.pdf (дата звернення: 14.01.2020).

9. Christian Bieck, Andrea Cornelius. (2014) Winning strategies for insurers. How industry leaders are excelling outside the comfort zone. IBM Institute for Business Value: веб-сайт. URL: <https://www.ibm.com/downloads/cas/BWXDNV7Y> (дата звернення: 19.01.2020).

10. Christian Schmidt. (2018) Insurance in the Digital Age. A view on key implications for the economy and society. The Geneva Association: веб-сайт. URL: https://www.genevaassociation.org/sites/default/files/research-topics-document-type/pdf_public/insurance_in_the_digital_age_01.pdf (дата звернення: 09.01.2020).

11. Insurance technology: Progress on digital strategies. (2018). KPMG: веб-сайт. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/nl/pdf/2018/sector/verzekeraars/insurance-technology-progress-on-digital-strategies.pdf> (дата звернення: 14.01.2020).

12. Angelica Greco. (2018) Digital Transformation and Disruption: Threat or Opportunity for the Traditional Insurance Incumbents? School of Business and Economics: веб-сайт. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/a5a5/bf7e3be404072b2ec77d139cee0e09efb375.pdf> (дата звернення: 15.01.2020).

13. Insurance Companies: Staying Competitive in the Digital Age What needs to be done to become a Digital Insurer? (2018). Otto & Company: веб-сайт. URL: https://www.the-digital-insurer.com/wp-content/uploads/2016/05/692-20160115_ArticleDigitalInsurance.pdf (дата звернення: 11.01.2020).

14. Michael Urban, Bodo von Hulsen, Gilles Fabre, Jeff Chookaszian, Tjun Tang. (2016). Digitizing Customer Journeys and the New Insurance IT Model. BCG: веб-сайт. URL: <https://www.bcg.com/publications/2016/insurance-digital-transformation-technology-digitizing-customer-journeys-and-the-new-insurance-it-model.aspx> (дата звернення: 12.01.2020).

15. Clarity on Insurance Digitalization Achieving agility: Towards a new business model (2017). KPMG: веб-сайт. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ch/pdf/clarity-on-insurance-digitalization-en.pdf> (дата звернення: 15.01.2020).

16. Insurance, Innovation and IoT: Insurers have their say on the Internet of Things. (2015). FC Business Intelligence: веб-сайт. URL: https://www.the-digital-insurer.com/wp-content/uploads/2015/09/581-c53e2110-846b-4993-a476-c863188bc3e5_4346_Whitepaper_1_FINAL.pdf (дата звернення: 14.01.2020).

17. Wang M., Zhou H., Zhang Q., Zhang Y. (2019) InsurTech: Infrastructure for New Insurance. KPMG: веб-сайт. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cn/pdf/en/2019/07/insurance-technology.pdf> (дата звернення: 16.01.2020).

References:

1. Denysenko, M. P. (2015), "Innovations in the insurance market of Ukraine", Investment: practice and experience. vol. 21. pp. 79—82.

2. Erastov, V.I. (2018), "Internet-insurance on Ukrainian insurance services market", Abstract of Ph.D. dissertation, Economics, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, Available at: http://scc.univ.kiev.ua/upload/iblock/3d8/dis_Erastov%20V.I..pdf (Accessed 20 Jan 2020).

3. Il'chuk, V. P. Parubets, O. M. and Suhonyako, D. O. (2018), "Innovative approaches to the development of the cyber insurance market in Ukraine", Efektyvna ekonomika, vol. 5, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/5.pdf (Accessed 10 Jan 2020).

4. Naumenkova, S. V. and Mishchenko, S. V. (2010), Rynok finansovykh posluh [Financial Services Market], Kyiv, Ukraine.

5. Nechyporuk, L. V. (2016), "Innovations in the market of insurance services in a network economy", Wspolczesne trendy w gospodarce i sektorze publicznym, The Academy

of Management and Administration in Opole, vol. 2.8, pp. 165—174.

6. Pikus, R. and Zakolodyazhnyy, V. (2015), "Innovative development of insurance activities as a basis for improving its effectiveness", Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika, vol 3, pp. 72—80.

7. Lehmann, M. and Eling, M. (2018), "The Impact of Digitalization on the Insurance Value Chain and the Insurability of Risks", Geneva Papers on Risk and Insurance, vol. 43, pp. 359—396, available at: https://www.researchgate.net/publication/321636110_The_Impact_of_Digitalization_on_the_Insurance_Value_Chain_and_the_Insurability_of_Risks (Accessed 12 Jan 2020).

8. Tischhauser, P. Naumann, M. Candreia, A. Treier, S. and Senser, J. (2016), "Digitalisierung: Der Schweizer Versicherungssektor im Umbruch", The Boston Consulting Group, available at: http://image-src.bcg.com/BCG_COM/Report_Digitalisierung_tcm20-40440.pdf (Accessed 14 Jan 2020).

9. Bieck, Ch. and Cornelius, A. (2014), "Winning strategies for insurers. How industry leaders are excelling outside the comfort zone", IBM Institute for Business Value, available at: <https://www.ibm.com/downloads/cas/BWXDNV7Y> (Accessed 19 Jan 2020).

10. Schmidt, C. (2018), "Insurance in the Digital Age. A view on key implications for the economy and society", The Geneva Association, available at: https://www.genevaassociation.org/sites/default/files/research-topics-document-type/pdf_public/insurance_in_the_digital_age_01.pdf (Accessed 09 Jan 2020).

11. KPMG (2018), "Insurance technology: Progress on digital strategies", available at: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/nl/pdf/2018/sector/verzekeraars/insurance-technology-progress-on-digital-strategies.pdf> (Accessed 14 Jan 2020).

12. Greco, A. (2018), "Digital Transformation and Disruption: Threat or Opportunity for the Traditional Insurance Incumbents?", School of Business and Economics, available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/a5a5/bf7e3be404072b2ec77d139cee0e09efb375.pdf> (Accessed 15 Jan 2020).

13. Otto & Company (2018), "Insurance Companies: Staying Competitive in the Digital Age What needs to be done to become a Digital Insurer?", available at: https://www.otto-company.com/fileadmin/user_upload/01_home/news_downloads/OandC_Digitalization-in-the-Insurance-Industry.pdf (Accessed 11 Jan 2020).

14. Urban, M. Hulsen, B. von Fabre, G. Chookaszian, J. and Tang, T. (2016), "Digitizing Customer Journeys and the New Insurance IT Model", BCG, available at: <https://www.bcg.com/publications/2016/insurance-digital-transformation-technology-digitizing-customer-journeys-and-the-new-insurance-it-model.aspx> (Accessed 12 Jan 2020).

15. Clarity on Insurance Digitalization (2017), "Clarity on Insurance Digitalization Achieving agility: Towards a new business model", available at: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ch/pdf/clarity-on-insurance-digitalization-en.pdf> (Accessed 15 Jan 2020).

16. Gore, R. (2015), "Insurance, Innovation and IoT: Insurers have their say on the Internet of Things", available at: https://www.the-digital-insurer.com/wp-content/uploads/2015/09/581-c53e2110-846b-4993-a476-c863-188bc3e5_4346_Whitepaper_1_FINAL.pdf (Accessed 14 Jan 2020).

17. Wang, M. Zhou, H. Zhang, Q. and Zhang, Y. (2019), "InsurTech: Infrastructure for New Insurance", KPMG, available at: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cn/pdf/en/2019/07/insurance-technology.pdf> (Accessed 16 Jan 2020).

Стаття надійшла до редакції 12.02.2020 р.