

It is substantiated that at the terms of introduction a market of agricultural land, it becomes not only the factor of production but also a motive force of economic development due to the influence on forming the system of financial economic relations and the system of land-mortgage crediting. The State joint-stock land (mortgage) bank must become the central link of the system of land-mortgage crediting. Measures for the increasing the efficiency of use of land of the agricultural setting must be conducted in a complex with the improvement of financial-credit mechanism.

Keywords: *land market, financial and credit provision, credit mechanism, land resources, land reform, land mortgage.*

УДК 368.021

DOI 10.31395/2415-8240-2020-97-2-64-74

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ІНТЕРНЕТ-СТРАХУВАННЯ

О. Т. Прокопчук, кандидат економічних наук

Ю. В. Улянич, кандидат економічних наук

С. А. Пташник, кандидат економічних наук

Уманський національний університет садівництва

Н. В. Бутко, кандидат економічних наук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

У статті розглядається поняття Інтернет-страхування, представлено основні переваги, недоліки та етапи отримання страхової послуги через систему Інтернет, проаналізовано пропозицію послуг страховими компаніями України «в живу» та «он-лайн» та новації на ринку Інтернет-страхування України, досліджено основний спектр інтернет-послуг, що забезпечують страхові компанії в мережі Інтернет, розглянуто в динаміці кількість страхових компаній за останні роки.

Ключові слова: *Інтернет-страхування, страхова компанії, страхувальник, страховий ринок, страхування, інтернет послуга.*

Постановка проблеми. В умовах віртуалізації економічних відносин суб'єкти страхового ринку не можуть залишатися осторонь цих процесів, тому з метою підвищення якості і рівня доступності страхових послуг необхідним є поширення інтернет технологій в страхуванні.

Головним стимулом упровадження інтернет обслуговування страховими компаніями є необхідність зменшення витрат, розширення географії діяльності, забезпечення диверсифікації ризиків. Не менш важливими факторами є простота та комфортність купівлі страхового продукту в режимі on-line.

Українські страхові компанії вже мають власний досвід виживання на вітчизняному страховому ринку: пережиті питання антикризового управління, лобіювання, підготовки складної звітності для контролюючих органів. Тож,

керівники страхових компаній дійшли висновку, що підприємницька діяльність потребує розвинутої системи інформаційних технологій страхування ризиків, яка б базувалася на сукупності якісних і кількісних оцінок умов та чинників, що діють у внутрішньому і в зовнішньому середовищі страхувальника.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретичних засад та особливостей розвитку страхової діяльності на основі інноваційного розвитку займалися такі вітчизняні вчені, як В. Базилевич, О. Залетов, Р. Пікус, Н. Приказюк та ін. Питанням розвитку Інтернет-страхування присвячені праці: С. Науменкова, О. Новак, Н. Спіцина, І. Федішин.

Серед зарубіжних вчених-економістів питаннями трансформаційних інновацій в страхуванні займалися М. Рейнор, С. Крістенсен, С. Вілрайт, В. Зултовські, П. Віелрейчер, Р. Косія, М. Мюлер-Рейхарт, К. Кйонсан, та ін. Незважаючи на значні наукові напрацювання є доцільність подальших наукових досліджень у галузі інформаційних технологій в секторі страхування в зв'язку з постійними трансформаційними змінами.

Методика досліджень. Теоретико-методологічною основою проведеного дослідження були праці вітчизняних і зарубіжних науковців, провідних вчених та практиків у сфері інноваційної діяльності страхового ринку та інтернет страхування. В процесі дослідження використовувались загальнотеоретичні методи. При дослідженні теоретичних аспектів розвитку інтернет страхування використано системний метод. При дослідженні найпопулярніших інтернет послуг страхових компаній України використано метод аналізу. За допомогою абстрактно-логічного методу — обґрунтовано і викладено висновки та пропозиції стосовно покращення рівня Інтернет-страхування України.

Результати дослідження. Важливим показником розвитку економіки України є стан функціонування страхового ринку, який дозволяє оцінити як економічний розвиток країни, так і рівень забезпеченості населення. Нині актуальним питанням виступає розробка нових страхових продуктів та впровадження інноваційних технологій саме в страховому секторі економіки, для сприяння акумуляції значних обсягів капіталів у довгостроковому періоді, а також з метою допомоги населенню досягнути стабільності та впевненості.

Страховий ринок України перебуває на стадії розвитку та формування, маючи цілий ряд проблем та невизначеностей. Відтак подальший його інформаційно-технологічний розвиток має набути пріоритетного значення в економічному та соціальному аспектах політики держави, враховуючи її євроінтеграційні орієнтири.

Ринок страхових послуг залишається одним з найбільш капіталізованих серед інших небанківських фінансових ринків. Загальна кількість страхових компаній у 2019 р. становила 249, у тому числі СК «life» — 26 компаній, СК «non-life» — 223 компаній (рис. 1).

З даних рис. 1 видно, що кількість страхових компаній за досліджуваний період має тенденцію до зменшення, так у 2019 р. порівняно з 2011 р., загальна кількість компаній зменшилася на 219 СК (у тому числі СК «life» — на 38 компаній, СК «non-life» — на 129 компаній).

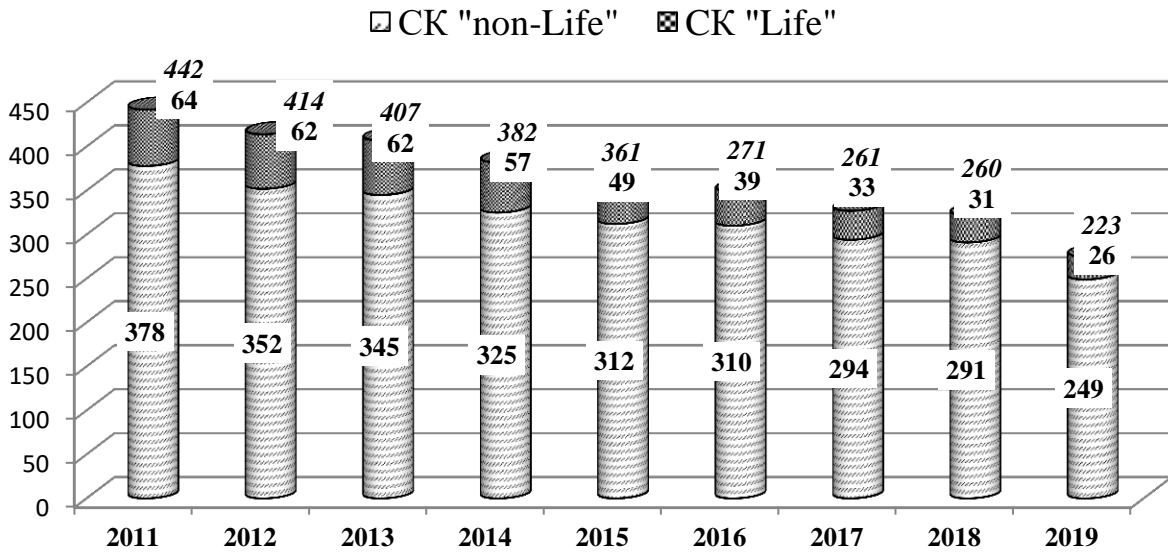


Рис. 1. Кількість страхових компаній у 2011–2019 рр.

Саме страхові компанії, які функціонують в інформатизованому суспільстві, з метою задоволення потреб страхувальника, мають потребу активно просувати свої бренди та послуги в інтернеті, розробляти мобільні додатки і телекомунікації. Можна констатувати, що змінився сам процес реалізації страхових послуг — від збору інформації, консультацій та укладення договору до отримання відшкодування [1].

Головним стимулом впровадження інтернет обслуговування страховими компаніями є необхідність зменшення витрат, розширення географії діяльності, забезпечення диверсифікації ризиків. Не менш важливим фактором є простота та комфортність купівлі страхового продукту в режимі он-лайн, що на думку фахівців, повинно заохочувати до збільшення купівельної активності.

Інтернет-страхування включає всі елементи взаємодії між страховою компанією та клієнтом, які виникають при продажі страхового продукту і його обслуговуванні з використанням інтернет технологій.

Підходи вчених до розкриття змістового наповнення поняття «Інтернет-страхування» мають деякі розбіжності. Наприклад, О.В. Новак стверджує, що Інтернет-страхування – це комплекс взаємин страхової компанії і клієнта, що виникають у процесі продажу продукту страхування, його обслуговування і виплати страхового відшкодування при використанні технологій мережі Інтернет як найбільш зручних, швидких і дешевих засобів обміну інформацією [2].

У свою чергу, С.В. Науменкова дає визначення Інтернет-страхування як процесу взаємодії страхової компанії та її клієнтів, який полягає у виборі страхових послуг, оформленні та придбанні страхових полісів і отриманні страхових премій з використанням мережі Інтернет [3]. Н.М. Спіцина розуміє під Інтернет-страхуванням взаємодію інтересів між страховою компанією і

клієнтом, котра виникає при продажу страхового продукту та його обслуговуванні, але вироблена за допомогою мережі Інтернет [4].

І.Б. Федішин розглядає Інтернет-страхування як вид взаємодії між страховою компанією і клієнтом, коли до мережі Інтернет виносяться бізнес процеси, які виникають у ході маркетингу страхових продуктів, продажу їх клієнтам, і при виконанні сторонами взаємних зобов'язань згідно з укладеною угодою [5].

Наведені вище підходи мають деякі розбіжності, проте сходяться на визначенні Інтернет-страхування — як процесу взаємодії страховика та страхувальника, пов'язаного із наданням страхових послуг страховиком, їх обслуговування, здійсненні ним страхових виплат у разі настання страхового випадку за рахунок використання технологій мережі Інтернет. Основні етапи купівлі страхового продукту за допомогою мережі Інтернет зображенні на рис. 2.



Рис. 2. Етапи Інтернет-страхування

Основні переваги та недоліки продажу страхових продуктів через Інтернет мережу представлені в таблиці 1.

Табл. 1. Основні переваги та недоліки інтернет страхування

Недоліки	Переваги
Значно менша кількість страхових продуктів розміщується на інтернет сайтах страхових компаній для продажу	Спрощення процесу страхування за допомогою наочного і інтуїтивно зрозумілого способу порівняння, вибору страхової компанії і страхових продуктів, а також завдяки можливості замовлення невиходячи з будинку або офісу
Необхідність клієнту самому розбиратися в тонкощах і нюансах роботи з сайтом страховика	Оперативність оформлення
Страхові поліси транспорту та нерухомості, що знаходяться в заставі, не продаються	Відсутність трати значної кількості часу на проходження медогляду при оформленні медичного полісу
Клієнт не може заздалегідь повністю ознайомитися з усіма умовами договору	Простота та універсальність способів оплати (готівковий, безготівковий розрахунки, електронні гроші)
Встановлюються певні варіанти страхових сум, змінити які клієнт не може	Мінімізація «людського» чинника
	Автоматизація розрахунку страхової суми і тарифів за допомогою страхового мультикалькулятора
	Зниження витрат на оренду офісів, виплату робітникам заробітної плати

Web-сторінка страхової компанії в інтернеті повинна надавати клієнтові цілий спектр послуг (рис. 3)



Рис. 3. Спектр інтернет послуг, що забезпечують страхові компанії в мережі Інтернет

За дослідженнями VCG страхові послуги увійшли в TOP-5 інтернет покупок в Європі (83 % опитаних) та Північній Америці (66 % опитаних) після туризму, медіа, книг, газет та журналів [6]. Створення сайтів порівняння цін дозволяє потенційному клієнту на основі стандартного набору критеріїв в режимі реального часу отримати доступ до пропозицій багатьох страховиків-партнерів. Попри перераховані вище переваги інтернет страхування, такий канал просування страхових продуктів не є поширеним серед користувачів в Україні.

З метою дослідження даного питання було відстежено популярність запитів «онлайн страхування» в пошуковій системі «Google» за допомогою інструмента «Google Trends» (рис. 4).

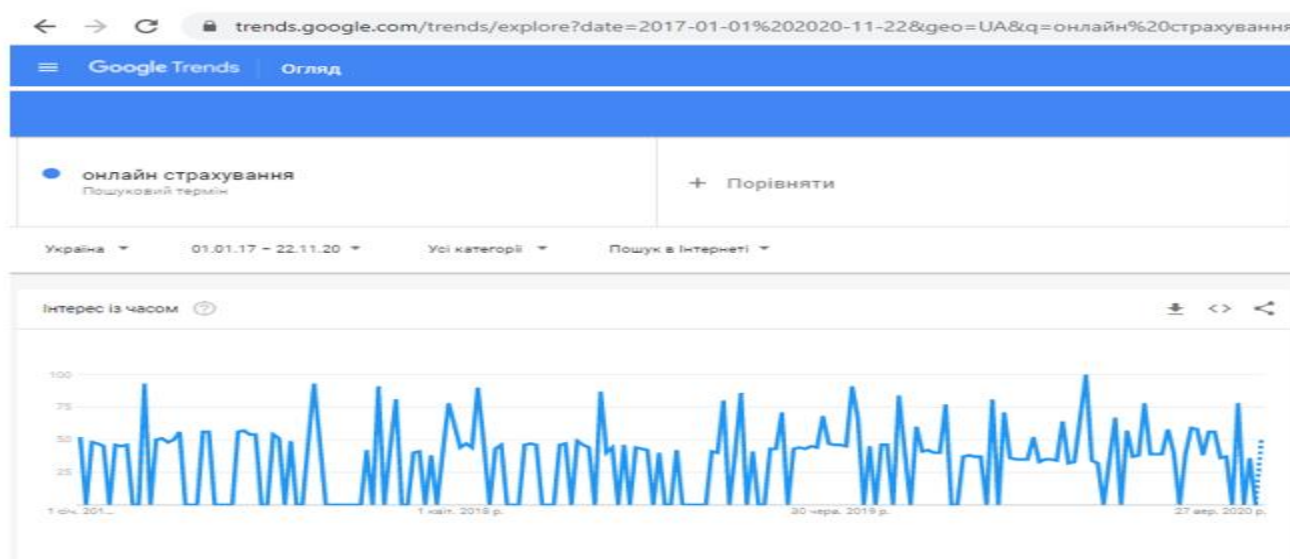


Рис. 4. Популярність запиту «онлайн страхування» в пошуковій системі Google

Як свідчать дані рис. 4 незначна кількість запитів щодо «онлайн страхування» є недостатньою для відображення графіків, однак дає можливість все ж таки зорієнтуватися у наростаючих тенденціях зацікавленості в даному напрямі страхування. Однак, говорити про зростаючі запити користувачів щодо купівлі окремих видів страхових продуктів онлайн поки що рано.

Перш ніж говорити про запити користувачів, нами було проаналізовано пропозицію страхових продуктів на ринку, які пропонують найбільш відомі на сьогодні страхові компанії, (табл. 2.).

За результатами дослідження страхові компанії: АХА Страхування, АСКА, ОРАНТА, ІНГО Україна, Альфа Страхування, ТАС, Універсальна використовують продаж страхових продуктів в «он-лайн» режимі.

Страхові послуги, які пропонують через мережу Інтернет, в Україні включають майнове, особисте страхування та страхування відповідальності. Найбільш розповсюдженими в Україні такі страхові продукти, як страхування подорожуючих за кордон, медичне страхування, КАСКО, обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів, страхування майна фізичних осіб тощо.

Табл. 2. Пропозиція послуг страховими компаніями України «в живу» та «он-лайн», 2019р

Форма страхування	Вид страхових продуктів	Страхові компанії																				
		АСКА		ОРАНТА		PZU Україна		ІНГО Україна		Універсальна		ТАС		АХА СТРАХУВАННЯ		ПРОВІДНА		Альфа страхування		Українська страхова група		
		Оформлення страхових послуг «в живу»	Оформлення страхових послуг «он-лайн»	Оформлення страхових послуг «в живу»	Оформлення страхових послуг «он-лайн»	Оформлення страхових послуг «в живу»	Оформлення страхових послуг «он-лайн»	Оформлення страхових послуг «в живу»	Оформлення страхових послуг «он-лайн»	Оформлення страхових послуг «в живу»	Оформлення страхових послуг «он-лайн»	Оформлення страхових послуг «в живу»	Оформлення страхових послуг «он-лайн»	Оформлення страхових послуг «в живу»	Оформлення страхових послуг «он-лайн»	Оформлення страхових послуг «в живу»	Оформлення страхових послуг «он-лайн»	Оформлення страхових послуг «в живу»	Оформлення страхових послуг «он-лайн»	Оформлення страхових послуг «в живу»	Оформлення страхових послуг «он-лайн»	
Обов'язкове	Страховання автоцивіл. відповідальності	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Страховання цивільної відповідальності власників зброї	+	+																			+
	Обов'язкове страхування цивільно-правової відповідал.	+	+	+	+			+	+								+	+				
Добровільне	Каско	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Страховання «Зелена картка»	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+									
	Медичне добровільне страхування	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Страховання від нещасних випадків	+		+		+				+			+				+		+		+	
	Страховання майна	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Страховання фінансів				+		+											+				
	Страховання відповідал. власників собак	+																				
	Туристичне страхуван.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Страховання вантажів і багажу	+				+		+		+		+		+				+			+	
	Обов'язкове авіастрахування	+				+		+		+		+		+							+	
	Морське страхування	+		+		+		+		+		+		+		+		+		+		
	Відповідальність судновласника			+		+		+				+				+					+	
	Агрострахування	+				+		+		+		+				+						

Найбільш просту процедуру придбання полісу серед усіх перелічених має автострахування. В сфері Інтернет-страхування деякі компанії використовують мобільні версії страхового порталу та додатки, що дає можливість зайти на веб-сайт через смартфон чи кишеньковий персональний комп'ютер. Першою такою компанією стала страхова компанія «ВТБ Страхування».

Страхова компанія «АСКА» для покращення своєї роботи розробила додаток «Мобільний страховий агент», який дає можливість оформити і продати страховий поліс за допомогою телефону чи планшета, що полегшує процедуру введення до інформаційної бази страхової компанії необхідних даних, зменшення паперового документообігу, ухилення від введення обліку та звірки страхових полісів, забезпечення швидкої їх оплати.

Новацією на ринку Інтернет-страхування в Україні є електронна біржа в сфері перестрахування «FlyRe», яка надає учасникам страхового ринку нові можливості в перестрахованні і дозволяє в он-лайн режимі передавати та приймати ризики із застосуванням методу аукціону. Користуватися системою можливо з будь якого комп'ютера, планшета або смартфона з доступом до інтернету [7].

Перевагами системи «FlyRe» є легкість і мобільність у використанні системи; автоматизація процесів перестрахування; швидкість перестрахування;

зниження витрат на перестраховування ризиків; перестраховування ризиків за допомогою автоматизованої системи документообігу; активну участь на ринку; можливість контролю за процесами перестраховування, а також їх аналізу за допомогою наявності статистики.

Висновки. Нині альтернативою традиційного продажу страхових продуктів є реалізація їх через мережу Інтернет. Розвиток Інтернет-страхування в Україні носить початковий характер, що зумовлено низьким рівнем питомої ваги серед страховиків, які надають послуги через мережу Інтернет.

Для подальшого розвитку Інтернет-страхування необхідно вдосконалити нормативно-правову базу з цього питання; потрібно, щоб сайти страхових компаній містили достатнє інформаційне наповнення і для клієнтів надавався ряд можливостей: отримання правдивої інформації про діяльність страхової компанії та її послуги; розрахунок вартості страхового полісу за допомогою он-лайн калькулятора; заповнення заяви на страхування; в разі страхового випадку здійснення дистанційної оплати страхового поліса та страхових виплат; доставку страхувальнику страхового полісу, який був би підтвердженим електронним підписом; он-лайн спілкування з клієнтом на всіх етапах продажу та обслуговування договору страхування.

Література

1. Полчанов А. Ю. Особливості розвитку страхування в умовах поширення інтернету. *Вісник ЖДТУ*. № 1 (71). 2015. С. 256–260.

2. Новак О.В. Навчально-методичний комплекс з курсу «Електронна комерція» (для студ. напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент» IV курсу денної та заочної форми навч.) Алчевськ: ДонДТУ, 2010. 120 с.

3. Науменкова С.В., Міщенко С.В. та ін. Ринок фінансових послуг: навч. посіб. К.: Знання, 2010. 532 с.

4. Спіцина Н.М., Григораш О.В. Переваги та недоліки Інтернет-страхування в Україні. *Актуальные проблемы современных наук-2007: матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції*. Польща: Przemysl, Sp. z o.o. Nauka I studia, 2007. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/12.APSN_2007/Economics/20665.doc.htm (дата звернення 23.10.2020).

5. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання). Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. 97 с.

6. Digital@Insurance-20X By 2020. The Boston Consulting Group URL: www.bcgindia.com/documents/file156453.pdf, с. 11. (дата звернення 11.11.2020).

7. Private motor insurance market investigation: CMA Final report URL: http://assets.digital.cabinetoffice.gov.uk/media/5421c2ade5274a1314000001/Final_report.pdf (дата звернення 11.11.2020).

References

1. Polchanov, A. (2015). Features of the development of insurance in terms of the spread of the Internet. *Bulletin of ZhSTU*, no. 1 (71), pp. 256–260.
2. Novak, O. (2010). Educational and methodical complex of the course "Electronic Commerce" (for students. Direction of training 6.030601 "Management" IV course full-time and part-time) Alchevsk: DonSTU, 120 p.
3. Naumenkova, S., Mishchenko, S. Et al (2010). Financial services market: textbook. way. K.: Znannya, 532 p.
4. Spitsyna, N., Grigorash, O. (2007). Advantages and disadvantages of Internet insurance in Ukraine. *Actual problems of modern sciences-2007: materials of the I International scientific-practical conference* ". Poland: Przemysl, Sp. z o.o. Nauka I studia, 2007. Available at: http://www.rusnauka.com/12.APSN_2007/Economics/20665.doc.htm (Accessed October 23, 2020).
5. Fedyshyn, I. E. (2016). Usiness and e-commerce (reference syllabus of lectures for students of "Management" of all forms of education). Ternopil, TNTU named after Ivan Pulyuy, 97 p.
6. Digital@Insurance-20X By 2020. The Boston Consulting Group. Available at: www.bcgindia.com/documents/file156453.pdf, (Accessed November, 11th, 2020).
7. Private motor insurance market investigation: CMA Final report. Available at: http://assets.digital.cabinetoffice.gov.uk/media/5421c2ade5274a1314000001/Final_report.pdf (Accessed November, 11th, 2020).

Аннотация

Прокопчук Е.Т., Ульянич Ю.В., Пташник С.А., Бутко Н.В.

Ключевые аспекты интернет страхования

В условиях виртуализации экономических отношений субъекты страхового рынка не могут оставаться в стороне от этих процессов, поэтому в целях повышения качества и уровня доступности страховых услуг необходимо распространение интернет технологий в страховании. Главным стимулом внедрения интернет обслуживания страховыми компаниями является необходимость уменьшения расходов, расширение географии деятельности, обеспечение диверсификации рисков. Не менее важными факторами являются простота и комфортность покупки страхового продукта в режиме on-line. Страховой рынок Украины находится на стадии развития и формирования, имея целый ряд проблем и неопределенностей. Поэтому дальнейшее его информационно-технологическое развитие должно получить приоритетное значение в экономическом и социальном аспектах политики государства, учитывая ее евроинтеграционные ориентиры.

В статье рассматривается понятие Интернет-страхования. Установлено, что подходы ученых к раскрытию содержательного наполнения понятия «Интернет-страхования» имеют различия. Однако сходятся на определении что Интернет-страхования — как процесса взаимодействия

страховщика и страхователя, связанного с предоставлением страховых услуг страховщиком, их обслуживание, осуществлении им страховых выплат в случае наступления страхового случая за счет использования технологий сети Интернет. Представлены основные преимущества и недостатки Интернет страхования. В перечень основных преимуществ отнесены: упрощение процесса страхования, оперативность оформления, простота и универсальность способов оплаты, минимизация «человеческого» фактора, автоматизация расчета страховой суммы и тарифов с помощью страхового мультикалькулятора. В перечень основных недостатков отнесены: значительно меньшее количество страховых продуктов размещается на интернет сайтах страховых компаний для продажи, необходимость клиенту самому разбираться в тонкостях и нюансах работы с сайтом страховщика, устанавливаются определенные варианты страховых сумм, изменить которые клиент не может.

Рассмотрены этапы получения страховой услуги через систему Интернет, проанализированы предложение услуг страховыми компаниями Украины «в живую» и «он-лайн» и новации на рынке Интернет-страхования Украины, исследованы основной спектр интернет-услуг, обеспечивающих страховые компании в сети Интернет, рассмотрены в динамике количество страховых компаний за последние годы. Для дальнейшего развития Интернет-страхования необходимо усовершенствовать нормативно-правовую базу по этому вопросу; нужно, чтобы сайты страховых компаний содержали достаточное информационное наполнение и для клиентов предоставлялся ряд возможностей: получение правдивой информации о деятельности страховой компании и ее услугах; расчет стоимости страхового полиса с помощью он-лайн калькулятора; заполнения заявления на страхование; в случае страхового случая осуществление дистанционной оплаты страхового полиса и страховых выплат; доставку страхователю страхового полиса, который был бы подтвержденным электронной подписью; он-лайн общения с клиентом на всех этапах продаж и обслуживания договора страхования.

Ключевые слова: Интернет-страхование, страховая компания, страхователь, страховой рынок, страхование, интернет услуга.

Annotation

Prokopchuk E.T., Ulianych Y.V., Ptashnyk S.A., Butko N.V.
Key Aspects of Online Insurance

In the conditions of virtualization of economic relations, the subjects of the insurance market can not stay away from these processes, so in order to improve the quality and level of availability of insurance services it is necessary to spread internet technologies in insurance. The main incentive for the introduction of Internet services by insurance companies is the need to reduce costs, expanding the geography of activities, ensuring diversification of risks. No less important factors are simplicity and comfort of on-line purchase of insurance product. The Ukrainian

insurance market is at the stage of development and formation, having a number of problems and uncertainties. Therefore, its further information and technological development should receive priority in the economic and social aspects of government policy, taking into account its European integration guidelines.

The article deals with the concept of Internet insurance. It is established that the approaches of scientists to the disclosure of the content of the concept of "Internet insurance" have differences. However, they converge on the definition of the Internet insurance as a process of interaction between the insurance representative and the insurer, connected with the provision of insurance services by the insurer, their service, performance of insurance payments in case of occurrence of an insured event due to the use of Internet technologies.

The main advantages and disadvantages of online insurance are presented. The list of main advantages includes: simplification of the insurance process, efficiency of registration, simplicity and universality of payment methods, minimization of "human" factor, automation of calculation of the sum insured and tariffs with the help of insurance multicalculator. The list of main drawbacks includes: a much smaller number of insurance products are placed on the Internet sites of insurance companies for sale, the need for the client to understand the nuances and subtleties of working with the site of the insurer, set certain options for insurance amounts, which the client can not change.

The stages of obtaining the insurance service through the Internet system have been considered, the offer of services by insurance companies of Ukraine "in live" and "on-line" and innovations on the Internet insurance market of Ukraine have been analyzed, the main spectrum of Internet services providing insurance companies in the Internet has been investigated, the number of insurance companies for the last years has been considered in dynamics.

For the further development of Internet insurance it is necessary to improve the legal framework on this issue; it is necessary that the sites of insurance companies contain sufficient information content and for the customers a number of opportunities: obtaining true information about the activities of the insurance company and its services; calculation of the cost of the insurance policy with the help of online calculator; filling in an application for insurance; in case of an insured event, the implementation of remote payment of the insurance policy and insurance payments; delivery of the insurance policy to the customers; and delivery of the insurance policy to the customers.

Keywords: *internet insurance, insurance company, insurer, insurance market, insurance, internet service.*