

дають можливості розвивати Інтернет-продаж страхових послуг, оскільки є дуже низьким. Тому наслідками цього є небажання створювати власні веб-сайти, тобто здійснювати додаткові витрати. Основною проблемою, яку потрібно вирішити на початковому етапі, є удосконалення організаційного забезпечення Інтернет-страхування.

Література

1. Навчально-методичний комплекс з курсу “Електронна комерція” (для студ. напряму підготовки 6.030601 “Менеджмент” IV курсу денної та заочної форми навч.) / Укл.: О. В. Новак. – Алчевськ: ДонДТУ, 2010. – 120 с.

Яблунівська А. О.

Науковий керівник: Ротова Т. А., к.е.н., доцент

Київський національний торговельно-економічний університет

СЬОГОДЕННЯ Й МАЙБУТНЄ ІННОВАЦІЙ У ВІТЧИЗНЯНОМУ СТРАХУВАННІ

Ми живемо в час, коли все змінюється і вдосконалюється шаленими темпами за допомогою ІТ технологій. Це стосується різних галузей і сфер людської діяльності, починаючи з техніки й економіки до аксесуарів і стилю людей. Особливо молодих, які не уявляють свого повсякденного життя без високотехнологічних сервісів, новацій, у тому числі у фінансовій сфері. І страхування, як частина цього і важливий елемент розвитку суспільства, теж повинно встигати максимально задовольняти сучасні потреби й бути відчутно корисним будь-якій людині. Інноваційні страхові продукти та сучасні технології їх просування на ринок визначають вектор руху в напрямку європейської інтеграції. Вони допомагають страховим компаніям працювати із клієнтами, йти назустріч їх запитам.

Сьогодні пересічний споживач страхових послуг зовсім інший, ніж ще років п'ять тому. Він висуває достатньо високі вимоги до страховиків, якості обслуговування, у нього є найновіші гаджети і не враховувати це неможливо. Традиційні канали продажу стають недостатніми для обслуговування сучасного клієнта. Вітчизняні страховики, які мають досвід й бажання наближати український страховий ринок до європейських вимог, застосовують нові підходи, нові принципи до організації бізнесу. З метою прискорення та покращення обслуговування страхувальників, зниження витрат на укладання договорів, на своїх сайтах пропонують режим on-line страхування. Найбільш просунуті – мобільні додатки. Наприклад, мобільний додаток від страхової компанії “КНЯЖА” дозволяє отримати повний доступ до процесу врегулювання справи.

У щорічному рейтингу інноваційних компаній світу, який проводить Boston Consulting Group (BCG), до ТОП-50 увійшло два представники страхової індустрії – АХА (30 місце) і Allianz (33 місце) [1]. На українському страховому ринку АХА представлена з 2007 року і проводить активну інноваційну діяльність. Цікавим став захід, що відбувся 21 жовтня 2016 р. у Києві за організацією “АХА Страхування” – перший на вітчизняному страховому ринку інтерактивний хакатон АХА Innovation Day. За його підсумками обрано два проекти, спрямовані на впровадження нових високотехнологічних рішень, які допоможуть клієнтам ефективніше взаємодіяти зі страховою компанією.

Вплив новітніх технологій особливо відчутний у автострахуванні. Вивчаючи зарубіжну практику, можна спостерігати, що у багатьох країнах набуло поширення таке явище як телематика. Це моніторинг руху автомобіля й оцінка стилю водіння його власника. На основі отриманих даних компанія аналізує статистику, завдяки якій може точно оцінити ступінь ризику, сформулювати справедливий тариф по КАСКО і запропонувати клієнту оптимальну ціну з урахуванням його водійських навичок. Враховуючи це, “АХА Страхування” розробила програму “КАСКО Смарт”. Особливістю її є встановлення у діагностичний роз’єм транспортного засобу телематичного приладу, що дозволяє здійснювати моніторинг манери керування автомобілем. Нова технологія синхронізується зі смартфоном, завдяки чому і водій, і страховик отримують інформацію про їзду. Зазначимо переваги телематики (табл. 1).

Таблиця 1

Переваги телематики

Для страховика	Для страхувальника
Можливість створення нових продуктів, заснованих на принципах страхової телематики Pay-As-You-Drive і Pay-How-You-Drive	Особистий контроль за вартістю страховки
Індивідуальний облік ризиків по кожному застрахованому автомобілю з метою розробки тарифних планів персонально для кожного клієнта	Прозорість ціноутворення і бонуси за лояльність
Підвищення вірогідності визначення страхового шахрайства і виключення неправдивого інформування про ДТП	Покращення керування і, як результат, зниження частоти та тяжкості ДТП

Сучасний підхід до ведення бізнесу спостерігається і у інших страховиків. Наприклад, у Стратегії компаній групи PZU (а відтак – і “PZU Україна”) ключовим завданням є розвиток інноваційних інструментів у сфері управління бізнесом і обслуговування клієнтів.

Новації спостерігаємо і на інших сегментах страхового ринку, наприклад, туристичному, агрострахуванні.

Впевнені, що можна прогнозувати суттєві зміни у зв'язку із застосуванням Big Data. Цей відомий у світі набір технологій і алгоритмів по роботі з величезними масивами даних сприяє вдосконаленню методів обробки інформації й у страхуванні, зокрема надто важливому його сегменті – медичному. Використання Big Data в нашій країні надасть лікарям можливість ставити точні діагнози, прогнозувати розвиток хвороби, розраховувати ризики для кожного пацієнта (а можливо і запобігати їм). Тобто, кожному клієнтові покажуть, як знижується ризик різного роду захворювань і, що важливо, вартість страхування, якщо слідувати цим рекомендаціям, та запропонують обґрунтований індивідуальний тариф і необхідний набір послуг [2].

У даний час ринок страхових послуг не можна уявити без використання сучасних інформаційних систем і технологій. Фахівці, які розробляють комп'ютерні програми для бізнес-процесів страховиків, вважають, що програмування має стати загальноновизнаним предметом, таким як філософія та логіка.

Отже, інновації на засадах консолідації інтелектуальних ресурсів у страхуванні є умовою створення якісного, клієнтоорієнтованого, конкурентоспроможного страхового продукту і сприятимуть розвитку вітчизняного страхового ринку.

Література

1. AXA и Allianz – единственные страховщики, вошедшие в ТОП-50 самых инновационных компаний мира [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forinsurer.com/news/17/01/27/34824?hl=big>.
2. Анализ Big Data в медицине поможет страховщикам понимать потребности клиентов в здравоохранении и страховании / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forinsurer.com/news/17/01/18/34782?hl=BigData>.