

на ринку впровадження та розвитку інноваційних діджитал-продуктів, у тому числі для фермерів. Сьогодні цей напрям активно розвивається і в Україні.

1. Діджиталізація в агробізнесі [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу <http://uga.ua/didzhitalizatsiya-v-agrobiznesi>

2. Звіт III Форуму Агроринку – 2018 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу <https://agrostory.com/info-centre/the-events-market/agromarketing-2018>

3. Майбутнє за діджиталізацією [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу <https://www.pressreader.com/ukraine/landlord/20180514/282656>

4. Фінансування агробізнесу Банку Креді Агріколь [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу <https://credit-agricole.ua/agro-biznes/finansuvannya>

ОСОБЛИВОСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

Кляпків Юрій Михайлович
Тернопільський національний економічний університет
к.е.н., доцент кафедри фінансів ім.С.І.Юрія

Діджиталізація має величезний вплив на економіку та суспільство і ставить під сумнів фундаментальні структури в економіці та суспільстві. Під її впливом модифікуються страхові продукти, їх використання і кардинально змінюється спосіб їх дистрибуції. Основним проявом діджиталізації, вважають в першу чергу появу на ринку низки нових компаній, що змушують існуючі інституції активізувати боротьбу за своє існування [1].

Технологічні зміни у фінансовому секторі спостерігаються вже пів століття, проте довгий час не призводили до революційних змін у його структурі. Традиційні постачальники страхових послуг, страхові компанії були змушені нав'язати співпрацю із технологічними компаніями, які не можуть самостійно надавати фінансові послуги через нормативні обмеження. Варто відзначити, що більшість із них і не має таких прагнень. Діджиталізація, зміна стилю життя сучасних споживачів і швидкий розвиток електронної комерції, в останні часи також «смайтфонної комерції», продемонстрували неготовність традиційних дистрибуторів страхових послуг та їх відносно невелику гнучкість в адаптації до змін оточення, у тому числі щодо зростаючих потреб споживачів. Очікування останніх усвідомлюють суб'єкти за межами фінансового сектора, а їх коло поступово розширюється і вони все частіше починають розглядатися як альтернатива або навіть конкуренція традиційним постачальникам фінансових послуг [2].

Сучасна діджиталізація реалізує значний вплив на страхову галузь. Однією з основних причин є те, що в основі фінансових та зокрема страхових продуктів знаходиться нематеріальна складова, інформація [3]. Завдяки останнім розробкам в галузі інформаційних технологій, що постійно впроваджуються, процес діджиталізації призводить не тільки до посилення автоматизації процесів, але до фундаментальної реорганізації ланцюга вартості фінансових послуг з новими бізнес-моделлями (наприклад, робо-консультантами) та нові лідери виходять на ринок страхових послуг (наприклад, Фейсбук чи Тесла [4]).

Можна виокремити три області, які відображають трансформацію діджиталізації ринку страхових послуг упродовж останніх десятиліть та п'ять окремих фаз:

1. Внутрішня діджиталізація (фази 1–3) Перша сфера використання ІТ була зосереджена на внутрішніх процесах, таких як платіжні операції чи управління портфелем. На перших етапах розвитку ІТ страховики зосередилися на автоматизації процесів дистрибуції послуг для підвищення ефективності. Компанії пропонували лише один або пізніше два канали (філіал, консультант чи страховий агент), і зосереджувались на підтримці, рідко трансформованій у бек-офісний процес. Інтеграції із ІТ не існувала або лише частково існувала і розвивалася вже на третій фазі, де були розроблені перші багатоканальні підходи [5].

2. Орієнтована на провайдера діджиталізація (фаза 4). Зміна орієнтації постачальників фінансових послуг на інтеграцію провайдерів, мала місце на четвертій фазі. Для цього їм довелося стандартизувати процеси та функції додатків. Аутсорсинг бізнес-процесів розпочався з областей підтримки, трансформуючись до бек-офісних областей, таких як страхові платежі, оголошення страхових збитків, обробка претензій з метою мінімізації затрачених людських ресурсів.

3. Орієнтована на споживача діджиталізація (фаза 5) Ця область застосування іншуртеху зосереджена на клієнтах та їх бізнес-процесах, вона переосмислює логіку дистрибуції, зміщуючи орієнтир із страхового продукту на потреби клієнта [6]. Окремі канали дистрибуції можуть вважатись застарілими та частково перекриватись із дистрибуцією інших фінансових продуктів, що обумовлено, наприклад їх інтеграцією в процеси споживання, подорожі або використання соціальних мереж. Фактично має місце видозміна кшталту страхових продуктів чи послуг [7].

Основним фактором, що сприяє розвитку діджиталізації ринку страхових послуг є технологія, яка переглядає функціонування сектора і спосіб взаємодії суб'єктів, що надають такі послуги, з клієнтами. Технологія не тільки відкриває можливості для бізнесу новим суб'єктам, початківцям на ринку страхових послуг, але завдяки діджиталізації пропонує поєднання дозволяють традиційним страховикам знижувати витрати і підвищувати ефективність роботи, будучи основною рушійною силою фінансових інновацій.

Технології, що використовуються на ринку страхових послуг, можуть вплинути на скорочення недоліків дистрибуції на ринку, зокрема через обмеження проблеми асиметрії інформації, зменшення операційних витрат і зниження бар'єрів контакту із клієнтом.

Отже, технологічна парадигма, пов'язана з широким використанням інформаційних технологій, трансформує моделі страхової діяльності та страхової дистрибуції. Ринок страхових послуг зазнає суттєвих перетворень та трансформацій в основі яких зосереджені технологічні інновації. Ці новітні зміни призводять до створення нової фінансової екосистеми, в якій, крім традиційних інституцій, є суб'єкти, що знаходяться поза фінансовим сектором та трансформують спосіб надання страхових послуг.

1. Schmidt R., Möhring M., Bär F., Zimmermann A. (2017) The Impact of Digitization on Information System Design - An Explorative Case Study of Digitization in the Insurance Business. In: Abramowicz W. (eds) Business Information Systems Workshops. BIS 2017. Lecture Notes in Business Information Processing, vol 303. Springer, Cham

2. Lyskawa, K.; Kędra, A.; Klapkiv, L.; Klapkiv, J. (2019) Digitalization in insurance companies. International Scientific Conference: Contemporary Issues In Business, Management And Economics Engineering 2019; 9–10 May 2019, Published by Vilnius Gediminas Technical University Press, Vilnius, Lithuania. eISSN 2538-8711, ISBN 978-609-476-161-4/eISBN 978-609-476-162-1. <https://doi.org/10.3846/cibmce.2019.086.pp.842-852>.

3. Кляпків, Ю. М. (2016) Теоретичні домінанти страхових послуг. Формування ринкової економіки в Україні. - Львівський національний університет імені Івана Франка, Випуск 35/1, с.210-217

4. Bojic, I., Braendli, R., & Ratti, C. (2019). What will autonomous cars do to the insurance companies? Autonomous Vehicles and Future Mobility, 69-79.

5. Кляпків Ю.М. (2018) Вплив інновацій та окремих елементів цифрового суспільства на процес креативності страхової послуги Фінансові послуги, Науково-практичний збірник №4, с.33-38.

6. Alt, Rainer & Puschmann, Thomas. (2016). Digitalisierung der Finanzindustrie. DOI: [10.1007/978-3-662-50542-7](https://doi.org/10.1007/978-3-662-50542-7)

7. Szymańska Anna, Bednarczyk Teresa, Klapkiv Jurij (2018) Rozwój dystrybucji ubezpieczeń majątkowych online w Polsce w latach 2005-2016. Ekonomia i organizacja przedsiębiorstwa, 5/2018, 82-95.

на ринку впровадження та розвитку інноваційних діджитал-продуктів, у тому числі для фермерів. Сьогодні цей напрям активно розвивається і в Україні.

1. Діджиталізація в агробізнесі [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу <http://oga.ua/didzitalizatsiya-v-agrobiznesi>
2. Звіт III Форуму Агромаркетинг – 2018 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу <https://agrostory.com/info-centre/the-events-market/agromarketing-2018>
3. Майбутнє за діджиталізацією [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу <https://www.pressreader.com/ukraine/landlord/20180514/282656>
4. Фінансування агробізнесу Банку Креді Агріколь [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу <https://credit-agricole.ua/agro-biznes/finansuvannya>

ОСОБЛИВОСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

Клапків Юрій Михайлович
Тернопільський національний економічний університет
к.е.н., доцент кафедри фінансів ім.С.І.Юрія

Діджиталізація має величезний вплив на економіку та суспільство і ставить під сумнів фундаментальні структури в економіці та суспільстві. Під її впливом модифікуються страхові продукти, їх використання і кардинально змінюється спосіб їх дистрибуції. Основним проявом діджиталізації, вважають в першу чергу появу на ринку низки нових компаній, що змушують існуючі інституції активізувати боротьбу за своє існування [1].

Технологічні зміни у фінансовому секторі спостерігаються вже пів століття, проте довгий час не призводили до революційних змін у його структурі. Традиційні постачальники страхових послуг, страхові компанії були змушені нав'язати співпрацю із технологічними компаніями, які не можуть самостійно надавати фінансові послуги через нормативні обмеження. Варто відзначити, що більшість із них і не має таких прагнень. Діджиталізація, зміна стилю життя сучасних споживачів і швидкий розвиток електронної комерції, в останнім часом також «смартфонної комерції», продемонстрували неготовність традиційних дистрибуторів страхових послуг та їх відносно невелику гнучкість в адаптації до змін оточення, у тому числі щодо зростаючих потреб споживачів. Очікування останніх усвідомлюють суб'єкти за межами фінансового сектора, а їх коло поступово розширюється і вони все частіше починають розглядатися як альтернатива або навіть конкуренція традиційним постачальникам фінансових послуг[2].

Сучасна діджиталізація реалізує значний вплив на страхову галузь. Одним з основних причин є те, що в основі фінансових та зокрема страхових продуктів знаходиться нематеріальна складова, інформація [3]. Завдяки останнім розробкам в галузі інформаційних технологій, що постійно впроваджуються, процес діджиталізації призводить не тільки до посилення автоматизації процесів, але до фундаментальної реорганізації ланцюга вартості фінансових послуг з новими бізнес-моделями (наприклад, робо-консультантами) та нові лідери виходять на ринок страхових послуг (наприклад, Фейсбук чи Тесла [4]).

Можна виокремити три області, які відображають трансформацію діджиталізації ринку страхових послуг упродовж останніх десятиліть та п'ять окремих фаз:

1. Внутрішня діджиталізація (фази 1–3) Перша сфера використання ІТ була зосереджена на внутрішніх процесах, таких як платіжні операції чи управління портфелем. На перших етапах розвитку ІТ страховики зосередилися на автоматизації процесів дистрибуції послуг для підвищення ефективності. Компанії пропонували лише один або пізніше два канали (філіал, консультант чи страховий агент), і зосереджувались на підтримці, згодом трансформованій у бек-офісний процес. Інтеграції із ІТ не існувала або лише частково існувала і розвивалася вже на третій фазі, де були розроблені перші бізнес-процеси підходи[5].

2. Орієнтована на провайдера діджиталізація (фаза 4). Зміна орієнтації постачальників фінансових послуг на інтеграцію провайдерів, мала місце на четвертій фазі. Для цього їм довелося стандартизувати процеси та функції додатків. Аутсорсинг бізнес-процесів розпочався з областей підтримки, трансформуючись до бек-офісних областей, таких як страхові платежі, згошення страхових збитків, обробка претензій з метою мінімізації затрачених людських ресурсів.

3. Орієнтована на споживача діджиталізація (фаза 5) Ця область застосування іншуртеху зосереджена на клієнтах та їх бізнес-процесах, вона переосмислює логіку зсердини, зміщуючи орієнтир із страхового продукту на потреби клієнта [6]. Окремі канали дистрибуції можуть вважатись застарілими та частково перекриватись із дистрибуцією інших фінансових продуктів, що обумовлено, наприклад їх інтеграцією в процеси споживання, подорожі або використання соціальних мереж. Фактично має місце видозміна шпалту страхових продуктів чи послуг [7].

Основним фактором, що сприяє розвитку діджиталізації ринку страхових послуг є технологія, яка переглядає функціонування сектора і спосіб взаємодії суб'єктів, що надають такі послуги, з клієнтами. Технологія не тільки відкриває можливості для бізнесу новим суб'єктам, початківцям на ринку страхових послуг, але завдяки діджиталізації пропонує поєднання дозволяють традиційним страховикам знижувати витрати і підвищувати ефективність роботи, будучи основною рушійною силою фінансових інновацій.

Технології, що використовуються на ринку страхових послуг, можуть вплинути на скорочення недоліків дистрибуції на ринку, зокрема через обмеження проблеми асиметрії інформації, зменшення операційних витрат і зниження бар'єрів контакту із клієнтом.

Отже, технологічна парадигма, пов'язана з широким використанням інформаційних технологій, трансформує моделі страхової діяльності та страхової дистрибуції. Ринок страхових послуг зазнає суттєвих перетворень та трансформацій в основі яких зосереджені технологічні інновації. Ці новітні зміни призводять до створення нової фінансової екосистеми, в якій, крім традиційних інституцій, є суб'єкти, що знаходяться поза фінансовим сектором та трансформують спосіб надання страхових послуг.

1. Schmidt R., Möhring M., Bär F., Zimmermann A. (2017) The Impact of Digitization on Information System Design - An Explorative Case Study of Digitization in the Insurance Business. In: Abramowicz W. (eds) Business Information Systems Workshops. BIS 2017. Lecture Notes in Business Information Processing, vol 303. Springer, Cham
2. Łyskawa, K.; Kędra, A.; Klapkiv, L.; Klapkiv, J. (2019) Digitalization in insurance companies. International Scientific Conference: Contemporary Issues In Business, Management And Economics Engineering'2019; 9–10 May 2019, Published by Vilnius Gediminas Technical University Press, Vilnius, Lithuania. eISSN 2538-8711, ISBN 978-609-476-161-4/eISBN 978-609-476-162-1. <https://doi.org/10.3846/cibmee.2019.086.pp.842-852>.
3. Кlapkiv, Ю. М. (2016) Теоретичні домінянти страхових послуг. Формування ринкової економіки в Україні. - Львівський національний університет імені Івана Франка, Випуск 35/1, с.210-217
4. Bojic, I., Braendli, R., & Ratti, C. (2019). What will autonomous cars do to the insurance companies? Autonomous Vehicles and Future Mobility, 69-79.
5. Кlapkiv Ю.М. (2018) Вплив інновацій та окремих елементів цифрового суспільства на процес креції вартості страхової послуги Фінансові послуги, Науково-практичний збірник №4, с.33-38.
6. Alt, Rainer & Puschmann, Thomas. (2016). Digitalisierung der Finanzindustrie. DOI: [10.1007/978-3-662-50542-7](https://doi.org/10.1007/978-3-662-50542-7)
7. Szymańska Anna, Bednarczyk Teresa, Klapkiv Jurij (2018) Rozwój dystrybucji ubezpieczeń majątkowych online w Polsce w latach 2005-2016. Ekonomika i organizacja przedsiębiorstwa, 5/2018, 82-95.