УДК 368.013
JEL classification: G22, O30

КЛАПКІВ Юрій Михайлович,
канд. екон. наук, доцент,
Тернопільський національний економічний університет,
E-mail: j.klapkiv@tneu.edu.ua

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ ТА ОКРЕМИХ ЕЛЕМЕНТІВ ЦИФРОВОГО СУСПІЛЬСТВА НА ПРОЦЕС КРЕАЦІЇ ВАРТОСТІ СТРАХОВОЇ ПОСЛУГИ

КЛАПКИВ Юрий Михайлович,
канд. экон. наук, доцент,
Тернопольский национальный экономический университет,
E-mail: j.klapkiv@tneu.edu.ua

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИЙ И ОТДЕЛЬНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ЦИФРОВОГО ОБЩЕСТВА НА ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ СТОИМОСТИ СТРАХОВОЙ УСЛУГИ

KLAPKIV Yuriy
PhD in Economics, Associate Professor,
Ternopil National Economic University,
E-mail: j.klapkiv@tneu.edu.ua

INFLUENCE OF INNOVATIONS AND INDIVIDUAL ELEMENTS OF DIGITAL SOCIETY ON THE PROCESS OF CREATING THE COST OF INSURANCE SERVICES

КЛАПКІВ Юрій Михайлович,
канд. екон. наук, доцент,
Тернопільський національний економічний університет,

Анотація. В статті проаналізовано вплив інновацій та цифрового суспільства на страхову сферу. Із цією метою виокремлено одинадцять елементів цифрового суспільства, що матимуть суттєвий вплив на стратегію страхових компаній. До цих елементів зараховано: використання супер комп'ютерів; інтернетизація та поєднання всесвітньою мережею окремих повсякденних пристроїв; блокчейн; смарт – контракти; хмарні сервери; мобільні аплікації; чат-боти; соціальні мережі; технологія відео дзвінків; відео платформи; уніфіковані веб-сайти. Здійснено кореляцію виокремлених елементів із процесом креації вартості страхової послуги за Р. Портером та охарактеризовано вплив на процеси основної діяльності в страховій справі. Відзначено, помітну інтеграцію клієнта в процес формування вартості страхової послуги.
Ключові слова: страхування, інновації високі технології, страхові послуги, бізнес-процеси.

Аннотация. В статье проанализировано влияние инноваций и цифрового общества на страховую сферу. С этой целью выделены одиннадцать элементов цифрового общества, которые будут иметь существенное влияние на стратегию страховых компаний. К этим элементам отнесены: использование супер компьютеров; интернетизация и сочетание всемирной сетью отдельных повседневных устройств; блокчейн; смарт - контракты; облачные серверы; мобильные аппликации; чат боты; социальные сети; технология видео звонков; видео платформы; унифицированные сайты. Осуществлена корреляция выделенных элементов с процессом создания стоимости страховой услуги за Г .Портером изучено их влияние на процессы основной деятельности в страховом деле. Отмечено заметную интеграцию клиента в процесс формирования стоимости страховой услуги.
Ключевые слова: страхование, инновации, высокие технологии, страховые услуги, бизнес-процессы.

Abstract. The article analyses the impact of innovation and digital society on the insurance sector. On this occasion, eleven elements of digital society have been identified, which will have a significant impact on the strategy of insurance companies. These elements are enumerated: use of super computers; internetisation and the combination of a worldwide network of individual everyday devices; blockade; smart contracts; cloud servers; mobile applications; chat bots; social networks; video call technology; video platform; unified web sites. The correlation of the selected elements with the process of creation of the cost in the insurance sector using Porter's and their influence on the processes of the main activity in the insurance business is highlighted. It is noted that significant integration of the client into the process of formation of the cost of insurance services.
Key words: insurance, innovations, high technologies, insurance services, business processes.

Вступ

Стратегія розвитку ринку страхових послуг безпосередньо пов'язана із розвитком суспільства та технологій, інформатизацією бізнес процесів та повсякденного життя. Основною метою стратегії є отримання конкурентної переваги [15] через вищу ефективність страхового бізнесу як відзначив Р. Портер. Врахувавши специфічність страхової діяльності, вважаємо актуальним в основі стратегії розвитку страхової справи використати критерії Б. Берлінера [7].

Адже, основною метою стратегії є реалізація чотирьох основних завдань, із якими стикається ця галузь:

- покращення досвіду клієнтів,
- покращення бізнес-процесів,
- створення нових та модернізація пропонованих страхових послуг,

готовність до конкуренції із іншими фінансовими інститутами та інструментами.

З метою окреслення стратегії, нами визначено три основні сфери змін у страховій справі: вплив нової та більш детальної статистики та іншої інформації на інформаційну асиметрію щодо кумуляції ризиків; вплив нових технологій на частоту та розміри збитків; а також зростання узалежнення страхової справи від каналів комунікацій.

Формування тактики та стратегії поведінки компаній ризикового страхування на страховому ринку, повинно базуватись не лише на цілях інституції, очікуваннях та ставленні до ризику споживача, але опиратись на існуючі технології та інновація, що із певним запізненням отримують застосування у страховій сфері.

Огляд літератури

Питання інноваційності та використання технологічних розробок в страховій справі досліджували зарубіжні та вітчизняні науковці, серед них О. Барановський [1], Б. Берлінер [7], Р. Данкевич [4], Л. Клапків [11; 12], В. Кучеренко[4], Н. Приказюк [5], Ю. МакКарі [13], Т. Моташко [5], В. Тринчук [4] Р. Хуцкстеп [10] та інші.

Праці цих авторів спрямовані в основному на дослідження теоретичних засад та переваг окремих інновацій та можливостей і загроз, що несе її запровадження для страхових компаній. Але, незважаючи на значну кількість публікацій, у сучасних умовах недостатньо вирішеною залишається проблематика дослідження впливу сучасних інновацій на страхову галузь та процес креації вартості страхової послуги зокрема.

Мета та завдання статті

Метою статті є систематизація впливу на стратегії, притаманні страховим компаніям, через розвиток технологій в аспекті формування вартості страхової послуги за Портером та критеріями розвитку страхування, виокремленими Б. Берлінером.

Завдання дослідження: виокремити елементи цифрового суспільства, що матимуть суттєвий вплив на стратегію розвитку страхових послуг та їх значення в процесі креації вартості страхової послуги. За результатами аналізу пертурбацій, ми отримаємо прогноз розвитку ринку страхових послуг з урахуванням впливу інновацій, що дозволить сформувати стратегію, як для ринку страхових послуг, так і для окремих страхових компаній.

Виклад основного матеріалу дослідження

З метою прогнозування змін існує необхідність аналізу основних технологій, що впливають на страховий сектор. Отримані результати, при накладанні на процес творення вартості страхової послуги дозволить визначити наслідки та можливості застосування для страхової сфери. Водночас це дозволить, виокремити можливість втрати страховими компаніями значної частини бізнес-процесів на користь інших галузей, фінансових інституцій чи компаній конкурентів.

З метою формування стратегії, ми використали ланцюг створення вартості Р. Портера, модернізований С. Рахлфс [16] під особливості страхової послуги (рис. 1).

Специфічність страхової сфери підкреслюють критерії страхування, виокремлені Б. Берлінером, що часто застосовуються до диференціації страхових та нестрахових ризиків. Дев'ять критеріїв для страхової галузі поєднують п'ять актуарних, два ринкових та два соціальні аспекти страхування (див. табл. 1.).

Рис 1. Особливості формування ланцюга створення вартості в страхуванні на основі Р. Портера та С. Рахлфс
Джерело: *складено автором на основі [15;16].*

Таблиця 1

Поділ критеріїв страхування за Б. Берлінером

Критерії страхування	Актуарні	Ринкові	Суспільні
1	Випадковість виникнення втрат	Страхова премія	Державна політика
2	Максимальна можлива втрата	Страхове покриття	Нормативно – правові обмеження
3	Середня втрата за подію		
4	Збиток від страхового випадку		
5	Асиметрія інформації		

Джерело: *складено автором на основі [7]*

Серед науковців немає єдності щодо подальшої стратегії розвитку страхової галузі та майбутніх форм страхової послуги чи впливу інновацій, що мають місце в страховій сфері [4, 6-14] та суспільстві зокрема. Відповідно такі зміни, як ставлення до ризику чи науково-технічних прогрес, можна розглядати в різних аспектах. Як наслідок, і вплив інновацій матиме місце на вже видозмінений процес надання страхової послуги. Аналіз безпосереднього впливу інновацій виокремлених науковцями та узагальнення їх наслідків дозволяє згрупувати три основні категорії змін у страховій справі:

1. нові технології змінюють спосіб взаємодії страховиків та клієнтів (наприклад, соціальні медіа, робо-консультанти, чат-боти);

2. нові технології можуть бути використані для автоматизації, стандартизації та підвищення ефективності чи оптимізації бізнес-процесів (наприклад, онлайн-продажі, врегулювання збитків через мобільні аплікації);

3. нові технології створюють можливості для модифікації існуючих страхових продуктів (наприклад, страхування телематики, електроніки розумного дому) та розробляти нові (наприклад, кібер-страхування).

Науково- технічний прогрес та інновації дозволяють нам виокремити ряд елементів цифрового суспільства, що матимуть безпосередній вплив на подальший розвиток страхової справи.

Першим елементом є власне використання супер комп'ютерів. Розвиток інновацій і технологій вносить значні зміні в обсяги аналізованих даних та суттєво зменшує похибку розрахунків і дозволяє виявляти страхове шахрайство. Реалізується це навіть через аналіз поданих текстів, в тому числі на плагіат. Використовують супер комп'ютери для розрахунку та автоматизації процесу страхових виплат. Таке нововведення застосовує японська страхова компанія за допомогою комп'ютера IBM's Watson Explorer, хоч підтверджує виплату працівник страховика [13].

Другим елементом є інтернетизація та поєднання всесвітньою мережею окремих повсякденних пристроїв. В першу чергу телематика автомобільного транспорту, логістики та застосування в медицині для безперервного збору життєвих показників [5, 37-47].

Суттєві зміни мають місце в технологіях зберігання даних.

Виходячи із цього, як третій елемент можем виокремити технологію блокчейну. Вона дозволяє формувати децентралізовану базу даних всіх цифрових транзакцій між учасниками страхового договору. Лідери страхової галузі Aegon, Allianz, Munich Re, Swiss Re, Zurich започаткували блокчейн ініціативу B3I (B3I -Insurance Industry Initiative) з метою аналізу можливостей використання даної технології [17].

Четвертим елементом є «розумні контракти», смарт – контракти, які можна зберігати та виконувати автоматично, дану технологію спробували застосувати на основі технології блокчейнджу в страховій групі Allianz [6].

П'ятим елементом є практика використання хмарних серверів - мережі віддалених серверів, розміщених в Інтернеті для зберігання, управління та обробки даних. Вона плавно витісняє локальний сервер або персональний комп'ютер. Адже, не лише забезпечує перевагу доступності файлів із будь–якої точки світу, але і знано підвищує безпеку фізичного збереження файлів та самої фінансової інституції. Наприклад, від рейдерського захоплення чи тривалого блокування роботи правоохоронними органами через фізичне вилучення серверів компанії. Збереження даних в більш безпечних країнах забезпечує стабільність інституції навіть у доволі ризикових для ведення бізнесу країнах. Як зазначають автори книги «Транснаціональна злочинність і глобальна безпека» - 87.5% фінансових установ використовують хмарні сервери, хоч із певними обмеженнями щодо країн із яких є можливість доступу, з метою обмеження можливого викрадення даних [14].

В окрему групу можна виокремити елементи, що стосуються комунікації клієнта та страховика, а також використання високих технологій в процесі дистрибуції страхових послуг.

Смартфони фактично витісняють комп'ютери в комунікації клієнта та страхової компанії, водночас шостим елементом, вважаєм за необхідне виділити саме мобільні аплікації, як більш ефективний та функціональний спосіб дистрибуції страхової послуги. Вже сьогодні функціонал мобільних додатків дозволяє:

1. знайти відділення, страхового агента;
2. отримати інформації про загрози;
3. придбати послугу страхування цивільної відповідальності власника транспортного засобу;
4. здійснити оплату безпосередньо із аплікації;
5. провести огляд перед купівлею страхової послуги;
6. згенерувати довідку про безаварійність;
7. повідомити про страховий випадок;
8. викликати допомогу у разі настання страхового випадку;
9. визначити розташування місця аварії з допомогою GPS;
10. здійснити телефонний контакт з кол-центром страховика;
11. здійснити експертизу шляхом трансляції відео за допомогою мобільного додатку на смартфоні клієнта співробітникам компанії в офіс, які мають можливість віддаленої оцінки збитку;
12. забезпечити обслуговування збитку;
13. зробити і надіслати фото пошкоджень;
14. записати огляд пошкодження на відео за допомогою мобільного додатку;
15. відстежувати етапи обробки справи з допомогою мобільного додатку;
16. оскаржити рішення страховика [11].

Для прикладу, в США із 2015 року функціонує страхова компанія Lemonade Insurance Company, яка реалізує страхові послуги лише через iOS та Android додатки. Забезпечуючи через них як реалізацію страхових полісів, так і обробку претензій для своїх користувачів без використання страхових агентів та брокерів [8].

Сьомим елементом є використання чат-ботів, або автоматизованих консультантів. В даній технології має місце використання штучного інтелекту з метою консультування клієнтів. Дані рішення використовуються для стандартизованих запитань та рішень, але дозволяють формувати пропозицію для клієнта на основі стандартних запитань чи навіть здійснювати консультування з питань управління активами [10].

Наступним елементом є соціальні мережі та певною мірою месенджер. Найпопулярнішою соціальною мережею на сьогодні є Facebook де репрезентація страхової компанії забезпечує позитивне реноме фірми. Активною та ефективною репрезентацією в мережі Facebook відзначається ПЗУ Україна, сторінка дозволяє інформувати потенційних клієнтів про нові продукти та акції, підтримувати сталий контакт. В Західній Європі сам процес контактування переймає на себе месенджер WhatsApp, в Східній Європі домінує Viber, особливо в туристичному страхуванні, адже використання месенджера дозволяє контактувати з страховою компанію з закордону за наявності інтернету [12, 68].

Дев'ятим елементом є технологія відео дзвінків, реалізована як вбудована в мобільних додатках так і через відповідні програми, наприклад Скайп (Skype). Використовуватись дане технічне рішення може як для віддаленого огляду об'єкта страхування, збитку, так і для ідентифікації клієнта. Окрім того, в сфері медичного страхування дозволяє підтримувати сталій контакт із застрахованим.

Відео платформи, найвідомішою із яких є YouTube, є десятим елементом, який вже активно для реклами та превенції використовують найбільші страхові компанії. З цією метою частина із них веде власні канали на даній платформі. Заміщуються інструкції щодо поведінки в ситуації настання страхового випадку, особливості заповнення Європротоколу. Чи Електронного Європротоколу - повідомлення про настання дорожньо-транспортної пригоди, який заповнюється водіями-учасниками ДТП на місці аварії, з метою надання страховій компанії та стає підставою для виплати страхового відшкодування потерпілим.

Одинадцятим елементом є уніфіковані веб-сайти страхових компаній, саме на них страхові компанії представляють інформацію про власне діяльність компанії, її фінансові показники, пропоновані страхові послуги та правила страхування- фактично деталізовані умови страхового договору [3, 122-130].

Виокремлення одинадцяти елементів дозволяє умовно визначити їх приналежність до трьох інноваційних технологій, що безпосередньо вплинуть на стратегію страхових компаній, а саме розвиток комп'ютерної техніки, що забезпечив значні аналітичні можливості. Зростання ролі та можливостей зберігання значних обсягів інформації, що в поєднанні із значними аналітичними можливостями та пристроями автоматичного збирання інформації, суттєво впливають на точність страхових тарифів та актуарну діяльність. Третім чинником є розвиток Інтернету та технологій, що забезпечують спілкування, а відповідно, продажі та супровід страхової послуги на всьому етапі її надання.

Очевидна зміна що суттєво вплине на розвиток страхової сфери є оцифрування всіх складових процесу творення вартості страхової послуги, фактична реалізація автоматизації бізнес-процесів (наприклад, автоматизація обробки договорів, автоматичне генерування звітності) та автоматизація прийняття рішень (наприклад, автоматичний андерайтинг,

Таблиця 2

Вплив виокремлених елементів цифрового суспільства на процес креації вартості страхової послуги

Процес	Елемент	Вплив окремих елементів
Маркетинг	Супер комп'ютер Відео платформи Соціальні мережі та месенджери Веб-сайт	Використання даних для кращої сегментації цільових клієнтів. • Більш точний розрахунок вартості життя клієнта та потенціалу перехресного продажу. Використання відеороликів для пояснення продукту (майбутньому) клієнту, репрезентації новин компанії, роз'яснювальної роботи щодо управління активами, правил страхування та ін. • Інформація про продукти / управління репутацією, реклама.
Формування продукту (розробка)	Супер комп'ютери Інтернетизація та поєднання всесвітньою мережею окремих повсякденних пристроїв Смарт-контракти	Аналіз значнішого об'єму даних дозволяє страховику реорганізувати більш ефективне оцінювання ризику та застосовувати більш ризик-відповідне ціноутворення. Дозволяє мотивувати превенцію. Ситуаційне страхування, наприклад, страхування подорожей пропонують під час реєстрації в готелю в іншій країні. • Смарт-контракти, тобто розробка контракту, який зберігається в центральній базі даних і може автоматично виконуватися (перестрахування, збільшення страхового ліміту).
Продажі	Супер комп'ютери Використання хмарних серверів Чат-боти Соціальні мережі та Месенджер Відео дзвінки Мобільні аплікації Веб-сайти	Поєднання даних із різноманітних джерел (частково неструктурованих) для повної оцінки ризиків клієнта (CRM-системи). • Контрактова інформація зберігається в цифровій формі у віддаленому захищеному місці. Продажі простих продуктів (наприклад, страхування подорожей) реалізується з допомогою чат-ботів.: Нові канали дистрибуції: Соціальні мережі та Месенджер Консультації за допомогою новітніх технологій, при необхідності - незалежно від місця розташування за допомогою планшета, відеодзвінків тощо. Нові інформаційні канали збуту. Спрощують окремі складові процесу реалізації (наприклад, введення даних). • Для простих продуктів процес повністю автоматизований.
Андерайтинг	Супер комп'ютери Використання хмарних серверів Інтернетизація та поєднання всесвітньою мережею окремих повсякденних пристроїв Блокчейндж	Отримані дані підлягають більш якісній та точній оцінці Джерелом отримання даних є маса пристарів під'єднаних до мережі інтернет, що практично нівелює асиметрію інформації при зборі даних Всі дані зберігаються в цифровій формі віддалено та постійно доступні для всіх уповноважених осіб Деякі операції андерайтингу здійснюються автоматично на основі отриманих даних
Обслуговування	Інтернетизація та поєднання всесвітньою мережею окремих повсякденних пристроїв Використання хмарних серверів Чат-боти Соціальні мережі та Месенджер Відео дзвінки Мобільні аплікації	Збір даних в реальному часі, про стан об'єкта страхування, як то датчики диму. Датчики на автомобільному транспорті чи фіто браслети при страхуванні життя та здоров'я Можливість миттєвої зміни даних в процесі дії договору, уся інформація в електронній формі Чат- бот дозволяє в автоматичному режимі надавати відповіді на сервісні запитання. Клієнт має можливість самостійно обрати спосіб комунікації із страховою чи Асистуючою компанією
Регулювання збитків (включає елементи обслуговування)	Супер комп'ютери Блокчейндж Мобільні аплікації	Запобігання шахрайству через аналіз даних. Автоматичний розрахунок і виплата суми відшкодування. Зберігання інформації для автоматизованої виплати. Врегулювання страхової події з допомогою смартфона.
Перестрахування	Супер комп'ютери	Автоматичне прийняття рішень, наприклад, для облігаторного перестрахування чи автоматизації звітності. Полегшує аналіз та управління ризиком.

Джерело: *складено автором на основі [10; 11; 12; 13;14].*

розгляд претензій, пропозиції страхових продуктів). Незважаючи на те, що страхова галузь вже широко використовує можливості технічного опрацювання інформації, вживання аналізу великих масивів даних призведе до подальшої хвилі автоматизації в страховій галузі.

Використання в розрахунках значних масивів даних, генерує дві основні проблеми. По-перше, страхові компанії потребують відповідно підготовленого працівника та інструментарію для аналізу великих масивів даних, часто неструктурованих наборів даних, які генеруються телематичними пристроями, соціальними мережами або іншими джерелами в Інтернеті, як то відгуки клієнтів, фотографії чи відео. По-друге, використання великих масивів даних виокремлює юридичні та етичні проблеми, щодо захисту персональних даних та втручання в особисте життя. Тому, питання юридичного регулювання використання отриманих із цих джерел даних для прийняття рішень, чи тривалість збереження таких даних, а також дії яка страховики повинні вжити для захисту отриманої інформації, потребують суттєвого доопрацювання [1, 4-7].

Накладаючи вище виокремленні елементи цифрового суспільства, що матимуть безпосередній вплив на подальший розвиток страхової справи, на ланцюг створення вартості в страхуванні в опрацюванні С. Рахлфса, розроблений на основі теорії Р. Портера, отримаєм інновації, що мають сприяти парозподілу фінансових ресурсів в процесі формування страхових послуг та діяльності страхової компанії.

Інновації та високі технології змінюють не лише процес реалізації страхової послуги, перерозподіляють та модифікують її вартість, безпосередньо впливаючи на процес формування вартості страхового продукту, але і модернізують саму страхову послуги. Має місце суттєва зміна існуючих страхових продуктів, інтернетизація та поєднання всесвітньою мережею окремих повсякденних пристроїв- телематичне страхування. Це не лише збільшує точність обрахунку ризику, а отже і імовірності страхового ризику, але і генерує нові страхові продукти, наприклад страхування кібер-ризиків, викрадення даних чи втрати управління над окремими пристроями або цілими розумними будинками.

В сучасних умовах телематичні пристрої використовуються в страхуванні життя та здоров'я, а також при страхуванні автотранспортних засобів, що значно підвищує точність розрахунку тарифу в даних видах страхування та певною мірою дозволяє впливати на їх кінцеву вартість.

Технологічний прогрес також дає змогу застрахувати ризики, які до цього часу не могли бути застраховані. Існують істотні відмінності між впливом на вартість страхової послуги в процесі її формування та можливостями диверсифікації послуг страховими компаніями в сфері мінімізації наслідків ризиків.

Стандартизація та автоматизація процесів суттєво підвищує ефективність страхування, а різноманітні нові технології та інноваційні рішення, такі як телематичне страхування в практичному застосуванні, – суттєво зменшили частоту претензій.

Аналізуючи вплив інноваційних елементів на процес креації вартості страхової послуги, помітним є інтеграція клієнта в процес створення вартості, адже кожна зміна персональних даних, поточна звітність чи надсилання претензій, виконуються клієнтом в режимі онлайн. Це зручно для клієнта, заощаджує ресурси для страховика і, таким чином, зменшує кінцеву вартість страхової послуги.

Інноваційність, через нові можливості комунікації, отримання та опрацювання даних, має суттєвий вплив на процес дистрибуції послуги. Має місце видозміна страхових агентів та брокерів, не виключеною є можливість, в якості страхових посередників, використовувати інституції що володіють інформацією про клієнта чи доступом до них. В якості страхових посередників в недалекому майбутньому можуть проявитись компанії, що безпосередньо працюють із значними обсягами персоніфікованої інформації, яка суттєво впливає на страховий тариф, такі як Amazon, Apple, Facebook або Google. Оскільки вони мають значну кількість відповідних даних і можуть отримати суттєву вигоду від професійного посередництва страхових послуг. Таким чином, існує імовірність, що саме інституції що мають безпосередній онлайн доступ до потенційного клієнта, здатні перерозподілити більшу частину комісійної винагороди.

На сьогодні високотехнологічні компанії та представники інших галузей можуть не бажати виходити на страховий ринок. Адже, у високорозвинених країнах маржа страхового посередника не така вже і значна, а високотехнологічні компанії такі як Google, мають більш привабливі альтернативні інвестиційні можливості, що забезпечують кращу дохідність. Інший фактор - це велика кількість обмежень, що мають місце на страхових ринках розвинених країн, які слугують бар'єром для можливостей ведення діяльності представникам інших ринків та захищають компанії із багатовіковими традиціями.

Висновки та перспективи подальших досліджень

Отже, інновації та високі технології суттєво впливають на страхові послуги, фактично на кожному етапі їх формування, дистрибуції та в процесі комунікації із клієнтом. Аналіз розвитку суспільства та технологій дозволив нам виокремити одинадцять елементів цифрового суспільства, що матимуть безпосередній вплив на подальший розвиток страхової справи.

В статті здійснено кореляцію виокремлених елементів із процесом створення вартості страхової послуги та відзначено їх вплив на процеси основної діяльності в страховій справі.

Очевидним залишається обов'язковість страхового інтересу та теоретичних домінант страхової послуги [2, 264-267], оскільки процеси та принципи страхової діяльності залишаються усталеними.

Водночас, майбутній розвиток саме високих технологій та в першу чергу мобільних пристроїв, може впровадити суттєві зміни в страхову справу. Адже, за умов консолідації максимуму аспектів повсякденного життя користувача, потенційний клієнт призвичаєний до комфорту може дозволили компаніям такими як Facebook або Google, зберігати та використовувати опрацьовувану інформацію для оптимізації їхнього життя. У такому випадку, саме мобільний пристрій дозволить сформувати та розрахувати оптимальний страховий продукт, фактично розроблений під стиль життя та можливу кумуляцію ризиків конкретного клієнта.

Такі рішення могли б принести певну користь для клієнта, але наслідки для ринку страхових послуг та міжнародного страхового ринку є мало прогнозованими. Тому, інновації заслуговують уваги із боку страхових компаній та органів регулювання розвинених країн, хоч основні критерії страхування і залишаються незмінні, бізнес-процеси можуть зазнати суттєвих змін.

Список літератури

1. Барановський О. І. Трансформація державного регулювання в контексті інтеграції ринку небанківських фінансових послуг України у світовий фінансовий простір / Барановський Олександр Іванович, Левченко Валентина Петрівна // Економіка. Фінанси. Право. – 2017. – № 12/3. – с. 4-9.

2. Клапків Ю. Економічна категорія «страховий інтерес» як теоретична домінантна страхової послуги /Ю Клапків// Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка» . – 2017 . – N1(49) . – с. 264-267.

3. Клапків Ю.М. Визначники формування сприятливого середовища для сталого розвитку ринку страхових послуг // Юрій Клапків/ Економічний простір: Збірник наукових праць. – №119. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2017.– с. 122-134.

4. Кучеренко В.В. Форми інтеграції банківського і страхового капіталу: монографія / В.В. Кучеренко, Р. Данкевич, В.В. Тринчук. – Львів: Видавництво «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2018. – 284 с.

5. Приказюк Н. Нові вектори розвитку автотранспортного страхування в Україні / Н. В Приказюк, Т. П. Моташко// Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка.– 2015.– N3 (168).– с. 37-47.

6. Allianz Blockchain technology successfully piloted by Allianz Risk Transfer and Nephila for catastrophe swap. 2016. – Retrieved from http://www.agcs.allianz.com/about-us/news/blockchain-technology-successfully-piloted-by-allianz-risk-transfer-and-nephila-for-catastrophe-swap-/, accessed on 20.04.2018.

7. Berliner B. Limits of insurability of risks/ B. Berliner// Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.- 1982.– P.118

8. Covert, James (2016-09-22). «Peer-to-peer insurer Lemonade launches in New York»/ James Covert //. New York Post. Retrieved 2017-08-09

9. Eling M. The Impact of Digitalization on the Insurance Value Chain and the Insurability of Risks / Martin Eling, Martin Lehmann/ The Geneva Papers on Risk and Insurance.– 2017.– pp 1–38.

10. Huckstep R. Chatbot & the rise of the automated insurance agent/ R. Huckstep.– 2017.– Retrieved from http://www.the-digital-insurer.com/blog/insurtech-the-rise-of-the-automated-insurance-agent-aka-the-insurtech-chatbot/, accessed on 20.04.2018.

11. Klapkiv L. Distribution online of insurance of civil liability of owners of vehicles, experience of Poland, opportunities of Ukraine/ Lyubov Klapkiv, Jyrij Klapkiv Nataliia Zarudna// Baltic Journal of Economic Studies.– Vol. 4 (2018) No. 1 January.

12. Klapkiv L. Technological innovations in the insurance industry/ Lyubov Klapkiv, Jurij Klapkiv// Journal of Insurance, Financial Markets and Consumer Protection. – 2017.– N26. – pp.67-78.

13. McCurry J. Japanese company replaces office workers with artificial intelligence, The Guardian / J. McCurry .– 2017.– Retrieved from https://www.theguardian.com/technol-

ogy/2017/jan/05/japanese-company-replaces-office-workers-artificial-intelligence-ai-fukoku-mutual-life-insurance, accessed on 20.04.2018.

14. Reichel P. Transnational Crime and Global Security / Philip Reichel, Ryan Randa /. Praeger.– 2018.– s.731

15. Porter M. The competitive advantage: Creating and sustaining superior performance/ M. Porter// The Free Press, New York.1985.– p 580.

16. Rahlfs, C. Redefinition der Wertsch pfungskette von Versicherungsunternehmen. Gabler Edition Wirtschaft. Wiesbaden: Deutscher Universit ts-Verlag.– 2007.– p 228.

17. Swiss Re Insurers and reinsurers launch blockchain initiative.– 2016.– Retrieved from http://www.swissre.com/reinsurance/insurers_and_reinsurers_launch_blockchain_initiative.html, accessed on 20.04.2018.

References

1. Baranovskyi O., Levchenko V.(2017) Transformatsiia derzhavnoho rehuliuvannia v konteksti intehratsii rynku nebankivskykh finansovykh posluh Ukrainy u svitovyi finansovyi prostir. Ekonomika Finansy Pravo, № 12/3, pp. 4-9.

2. Klapkiv Y.(2017) Ekonomichna katehoriia «strakhovyi interes» yak teoretychna dominantna strakhovoi posluhy. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriia «Ekonomika», N 1(49), pp 264-267.

3. Klapkiv Y.M. (2017) Vyznachnyky formuvannia spryiatlyvoho seredovyshcha dlia staloho rozvytku rynku strakhovykh posluh. Ekonomichnyi prostir, №119, pp. 122–134.

4. Kucherenko V.V.Formy intehratsii bankivskoho i strakhovoho kapitalu: monohrafiia / V.V. Kucherenko, R. Dankevych, V.V. Trynchuk. – Lviv: Vydavnytstvo «HALYCh-PRES», 2018. – 284 s.

5. Prykaziuk, N. V., & Motashko, T. P. (2015). Novi vektory rozvytku avtotransportnoho strakhuvannia v Ukraini. Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu im. Tarasa Shevchenka. Seriia: Ekonomika, 3 (168), 37-47.

6. Allianz (2016) Blockchain technology successfully piloted by Allianz Risk Transfer and Nephila for catastrophe swap. Retrieved from http://www.agcs.allianz.com/about-us/news/blockchain-technology-successfully-piloted-by-allianz-risk-transfer-and-nephila-for-catastrophe-swap-/, accessed on 20.04.2018.

7. Berliner B. (1982) Limits of insurability of risks, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

8. Covert J. (2016-09-22). «Peer-to-peer insurer Lemonade launches in New York». New York Post. Retrieved 2017-08-09

9. Eling M., Lehmann M. (2017) The Impact of Digitalization on the Insurance Value Chain and the Insurability of Risks. The Geneva Papers on Risk and Insurance, December, pp 1–38

10. Huckstep, R. (2017) Chatbot & the rise of the automated insurance agent. Retrieved from http://www.the-digital-insurer.com/blog/insurtech-the-rise-of-the-automated-insurance-agent-aka-the-insurtech-chatbot/, accessed on 20.04..

11. Klapkiv L., Klapkiv J., Zarudna N.(2018) Distribution online of insurance of civil liability of owners of vehicles, experience of Poland, opportunities of Ukraine. Baltic Journal of Economic Studies, Vol. 4 (1) January.

12. Klapkiv Lyubov, Klapkiv Jurij (2017) «Technological innovations in the insurance industry». Journal of Insurance, Financial Markets and Consumer Protection, N26, pp.67-78.

13. McCurry, J. (2017) Japanese company replaces office workers with artificial intelligence, The Guardian. Retrieved from https://www.theguardian.com/technology/2017/jan/05/japanese-company-replaces-office-workers-artificial-intelligence-ai-fukoku-mutual-life-insurance, accessed on 20.04.2018.

14. Philip Reichel, Ryan Randa (2018) Transnational Crime and Global Security. Praeger, s.731

15. Porter M. (1985) The competitive advantage: Creating and sustaining superior performance, The Free Press, New York, P. 580.

16. Rahlfs, C. (2007) Redefinition der Wertsch pfungskette von Versicherungsunternehmen. Gabler Edition Wirtschaft. Wiesbaden: Deutscher Universit ts-Verlag, p 228.

17. Swiss Re (2016) Insurers and reinsurers launch blockchain initiative. Retrieved from http://www.swissre.com/reinsurance/insurers_and_reinsurers_launch_blockchain_initiative.html, accessed on 20.04.2018.