

**Карандюк Ольга Григорівна,**  
старший викладач кафедри бізнес-аналітики і цифрової економіки,  
**Відрашко Владислав Олександрович.**  
Національний авіаційний університет

## **ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕРНЕТ-СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ**

*Анотація.* В роботі розглянуто сутність Інтернет-страхування, досліджено його основні переваги та недоліки. Метою дослідження є визначення перспектив розвитку Інтернет-страхування в Україні. Надано характеристику розвитку ринку страхових послуг в Інтернет-середовищі України та запропоновано можливі напрямки покращання його подальшого функціонування.

*Ключові слова:* страхування; Інтернет-страхування; страхові послуги; страховий ринок.

Останнє десятиріччя можна сміливо називати «десятиліттям діджиталізації» причому відносно як суспільного життя, так і сфери бізнесу. Першими у цифровому світі почали свою діяльність комерційні банки, інвестиційні фонди, посередницькі організації. За останні п'ять років до них доєдналися і страхові компанії, які сьогодні активно провадять свою діяльність в Інтернеті. Через мережу Інтернет страхові компанії просувають свої послуги, підвищують їх якість та доступність, розширюють клієнтську базу [1].

Існує багато визначень поняття Інтернет-страхування такими науковцями як О. Залетов, С. Міщенко, О. Новак, Н. Спіцин, Н. Приказюк. Після проведеного аналізу наукової літератури, було встановлено, що найбільш вдалими і зрозумілими є визначення С.В. Науменкова, який визначає Інтернет-страхування як процес взаємодії страхової компанії та її клієнтів, який полягає у визначенні кола бажаних страхових послуг, оформленні та придбанні страхових полісів і отриманні страхових премій за допомогою мережі Інтернет [2].

За даними НБУ у 2020 році в Україні працювало 215 компаній, з яких 196 спеціалізуються на ризиковому страхуванні, а 19 – на страхуванні життя. Але в останні роки кількість страхувальників, які працюють на ринку страхових послуг України постійно скорочується. Більшість страхових компаній, які працюють на українському ринку, почали впроваджувати просування страхових продуктів у форматі он-лайн через пошук можливостей скорочення витрат на канали збуту страхових послуг, пошук нових маловитратних каналів збуту. Розвиток Інтернет-страхування як раз й відноситься до таким та дозволяє страхувальникам подальше розповсюдження страхових послуг незалежно від географічного місця розташування офісу. Але необхідно зазначити, що більшість невеликих компаній взагалі не мають власного сайту і не використовують Інтернет для залучення нових клієнтів через небажання витратити кошти на створення сайту та його технічну підтримку.

В Україні до послуг страхування, які компанії пропонують через мережу Інтернет відносяться страхування майна, особисте страхування та страхування відповідальності. Найбільш популярними в Україні виступають такі страхові продукти, як КАСКО, страхування громадян, які прямують за кордон, медичне

страхування, обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів, страхування майна фізичних осіб та інше. Необхідно зазначити, що найбільш простою процедурою оформлення полісу серед усіх зазначених є автострахування. При оформленні страхової послуги через Інтернет клієнти можуть обирати способи оплати: готівкою, через Інтернет картою банку, через Інтернет через формування рахунку в банку. Звичайно, що більшість клієнтів сплачують послуги страхування картою.

Необхідно зазначити, що основними чинниками, які стримують широке розповсюдження Інтернет-страхування виступають:

- відсутність необхідної законодавчої бази у галузі Інтернет-страхування, яка б давала можливість оформлювати договір страхування не тільки у письмовій формі (використання електронних підписів);
- нерозвинуті віртуальні платіжні системи в Україні;
- потреба у значному початковому капіталі;
- недостатня кількість спеціалістів високої кваліфікації, які б володіли навичками роботи в Інтернет-страхуванні;
- великий рівень недовіри українських громадян до страховиків;
- недоліки в організаційних структурах;
- незадовільний рівень технологічності проведення страхових операцій та впровадження інформаційних технологій;
- відсутність соціальної та економічної відповідальності перед суспільством та нормального конкурентного середовища [3].

Також на діяльність ринку страхування значний вплив здійснюють чинники політичного, економічного та соціального характеру, які безпосередньо впливають на поведінку всіх його учасників. Але головною проблемою Інтернет-страхування на сьогодні в Україні виступають шахраї, які підривають рівень довіри населення до будь-якого виду Інтернет-послуг. Для боротьби із шахрайством державні органи мають впроваджувати нові технології, які сприятимуть своєчасному виявленню шахрайських схем.

Для розвитку Інтернет-страхування на перспективу необхідно, щоб страхова компанія мала якісне інформаційне наповнення власного сайту і клієнти мали б змогу отримати наступні можливості, а саме: доступ до правдивої інформації щодо діяльності страхової компанії та її послуг; можливість самостійного розрахунку вартості оформлення страхового полісу через підрахунок на он-лайн калькуляторі; самостійне заповнення страхувальником заяви на страхування; в разі настання страхового випадку провести оплату страхового поліса та страхових виплат дистанційно; можливість надання клієнту страхового полісу, який був би підтверджений електронним підписом; он-лайн спілкування з клієнтом на всіх етапах продажу та обслуговування договору страхування.

Висновки. Просування продуктів страхування через мережу Інтернет має свої переваги як для страховика, так і страхувальника. Так, для страхувальника головною перевагою є зменшення витрат часу на підписання договору страхування, максимальний доступ до інформації про фірми, які працюють на ринку страхових послуг та реальна можливість отримати знижку при укладанні договору на обслуговування. А для страхової компанії перевагами виступають зменшення витрати за операціями у віртуальному офісі страхової компанії, можливість

збільшення каналів просування страхових послуг та цілодобове обслуговування клієнтів через сайт компанії.

Таким чином, дослідивши основні переваги, недоліки та сучасний стан розвитку Інтернет-страхування в Україні маємо зазначити, що для подальшого його розвитку необхідно впровадити наступні заходи:

- 1) поліпшити українську нормативно-правову базу задля забезпечення максимально широкого впровадження послуг Інтернет-страхування;
- 2) підвищити рівень довіри населення через якісну організацію захисту веб-сайтів страхових компаній;
- 3) максимально використовувати правильний підхід до розробки дизайну сайтів страхових компаній;
- 4) керівництву страхових компаній має дбати про якісне наповнення сайту та зручну навігацію по ньому;
- 5) організувати інформування потенційних клієнтів про можливість оформлення повного портфелю страхових послуг не виходячи з власної домівки чи офісу;
- 6) розробити правильну маркетингову політику, яка стане головним і дієвим методом реклами, способом розповсюдження та просування страхових продуктів на ринок.

Всі запропоновані заходи мають максимально сприяти розвитку Інтернет-страхування в Україні в майбутньому, страхові компанії поліпшать свій фінансовий стан завдяки розширенню кола клієнтів і отримання додаткового доходу, що, в цілому, позитивно вплине на розвиток економіки України.

#### Використані джерела:

1. Гриньова К. Інтернет-страхування в Україні: правовий аспект. *Правовий тиждень*. № 29 (207), 20 липня 2018 р. С. 11.
2. Рябоконт Н.П. Систематизація каналів продажів страхових продуктів. *Науковий вісник УАБС НБУ*. 2016. Вип. 34. С. 268-275.
3. Спіцина Н.М., Григораш О.В. Переваги та недоліки Інтернет-страхування в Україні. *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасних наук-2017»*. Дніпро, 2017.
4. Полчанов А. Ю. Особливості розвитку страхування в умовах поширення інтернету. *Вісник ЖДТУ*. № 1 (71). 2018. С. 256-260