

інтегровані до каналів збуту страховиків, будуть ще більш чутливими до створення критичної маси споживачів. Страховий агрегатор має стати лише одним із багатьох елементів пазлу, що формує страховий ринок.

Література

1. Capgemini Financial Services Analysis, 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.capgemini.com/insurance/archive/2015>.

2. EY 2014 Global Consumer Insurance Survey [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ey.com/gl/en/industries/financial-services/insurance/ey-2014-global-customer-insurance-survey>.

3. Digital@Insurance-20X By 2020 / The Boston Consulting Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bcgindia.com/documents/file156453.pdf>.

Мічуріна Ю. П.

Науковий керівник: Кулина Г. М., к.е.н.

Тернопільський національний економічний університет

НОВАЦІЇ У СТРАХОВІЙ СПРАВІ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ РОЗВИТКУ

Інновації є новим використанням науково-технічних знань, що забезпечують ринковий успіх. Компанії, які розширюють сферу застосування цифрових електронних технологій, універсальних багатофункціональних мобільних телефонів і мережі Інтернет, мають можливість змінити основи свого функціонування і досягти бажаного зростання. Страховий ринок не є виключенням, зважаючи на те, що на ньому прослідковується тенденція до збільшення кількості іноземних страхових компаній. Це змушує страховиків впроваджувати новітні технології та інновації задля підвищення конкурентоспроможності своїх страхових продуктів і розширення спектру каналів їх реалізації.

У світі імплементація новітніх технологій та інновацій у страховій справі відбувається у таких напрямках, як: послуга, канали збуту, методи перестраховування та обслуговування страхувальників.

Найбільш поширеною новацією у вітчизняній практиці є укладання страховиками договорів через мережу Інтернет. При цьому, Інтернет-страхування – це укладання страхового поліса безпосередньо через Інтернет-сайт страхової компанії або страхового посередника. Він включає в себе: вибір страхового продукту, розрахунок тарифу та страхової суми, підписання поліса, оплату, організацію огляду об'єкта страхування та доставки паперової версії поліса, виокремлення видів Інтернет-страхування та його розподіл на онлайн та офлайн [3].

Як показує досвід, найвагомішою причиною зростання ринку Інтернет-страхування в розвинутих країнах є підвищення попиту на системи самообслуговування. Проте існують проблеми, з якими стикаються вітчизняні страховики, використовуючи такий канал реалізації своїх страхових продуктів. Це, насамперед: слабка забезпечення віртуальних платіжних систем, що стримує розвиток страхування через Інтернет; низька страхова культура населення та досить висока обмеженість доступу до Інтернету; недовіра до електронних платежів; техніко-технологічні проблеми забезпечення електронного документообігу та використання електронного підпису.

Інноваційність в обслуговуванні передбачає також використання асистанс-програм та web-інтерфейсу. Асистанс-програми при настанні страхового випадку надають консультації та додаткові послуги клієнтам. Щодо впровадження у страхування web-програм, то таке нововведення дозволяє страховим компаніям проводити дистанційне обслуговування клієнтів, зменшувати адміністративні витрати та скоротити час на укладання договорів страхування.

До найбільш інноваційних продуктів у галузі майнового страхування в світі належать: “Pay-as-you-drive”, GreenMaker, Vanishing Coverage, No-Show Coverag, Hoosier Daddy Policy та інші. Технологія “Pay-as-youdrive” (“плати, як їдиш”) на страховому ринку дозволяє знизити вартість КАСКО, що, вважаємо, є доречним для апробування у вітчизняних умовах [2]. Окрім того, варто звернути увагу на такі страхові програми, як: “Телеврегулювання”, “Автоматизація продажів страхових продуктів”, “Мобільна безпека”, “Домашня безпека” та “Екстрім безпека”, програма по страхуванню кібер-ризиків CyberEdge тощо. Зокрема, такі страхові продукти, як “Екстрім безпека” та “Мобільна безпека” надають захист від ризиків, що пов’язані з непередбачуваними обставинами під час експлуатації техніки. Ці продукти були запущені у продаж на вітчизняному ринку страховою компанією “Альфа Страхування” через мережу магазинів “MOYO”, “COMFY” та “Ringo”.

Щодо нововведень у перестрахованні, то тут варто виділити впровадження альтернативного перестраховання, яке являє собою спосіб перерозподілу фінансового і страхового ризиків, пов’язаних з діяльністю страхових організацій, які відрізняються за певними ознаками від традиційних видів страхування. У лайфових страхових компаній альтернативними інструментами є фінансування шляхом переведення майбутнього доходу в капітал, сек’юритизація вбудованої вартості, облігації екстремальної захворюваності та облігації екстремальної смертності. Для нелайфових страхових компаній альтернативними інструментами є сек’юритизація, катастрофічні бонди, облігації фінансової кризи, сайдкари та електронна біржа перестраховання “FlyRe” [1].

Підсумовуючи зазначене вище, відмітимо, що в Україні впровадження новітніх технологій та інновацій у страховій справі відбувається досить невисокими темпами. Це відбувається внаслідок існування значної кількості стримуючих чинників, до яких відносимо: обмеженість спектру наданих послуг страховиками, недосконалість законодавчої бази у сфері регулювання діяльності страхового ринку, недовіра населення до страхових компаній, низький рівень страхової культури і попиту на інноваційні страхові продукти, незначні витрати на інновації.

Література

1. Братюк В. П. Інноваційні послуги на ринку перестраховування / В. П. Братюк // Агросвіт. – 2016. – № 21. – С. 31-36.

2. Гориславець П. А. Інновації у сфері страхування [Електронний ресурс] / П. А. Гориславець, Л. А. Алешко // Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури. – 2015. – С. 98-100. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/32000/1/50-96-97.pdf>.

3. Тлуста Г. Зарубіжний досвід функціонування та розвитку Інтернет-страхування / Г. Тлуста // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. – 2015. – № 3 (168). – С. 55-62.

Пасічник І. С.

Науковий керівник: Луцишин О. О., к.е.н., доцент
Тернопільський національний економічний університет

ІННОВАЦІЙНІ ШЛЯХИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВИХ ПРОДУКТІВ

Сфера фінансових послуг на етапі розвитку є досить динамічною з точки зору можливостей впровадження інновацій. Поява нових видів фінансових послуг, методів і технологій, каналів їх продажу, формування нової інфраструктури є актуальною науковою та прикладною проблемою в умовах розвитку вітчизняного фінансового ринку. Розвиток страхового ринку супроводжувався постійним впровадженням інновацій, що призвело до появи широкого асортименту послуг, технологій їх продажу, різноманітності фінансових відносин у даній сфері діяльності. Як результат, удосконалюються підходи до ведення бізнесу, розробляються нові канали реалізації продуктів, надання послуг та обслуговування клієнтів.

Просування страхових продуктів на фінансовий ринок може здійснюватися за допомогою таких каналів:

- 1) ко-брендінг;
- 2) Інтернет;
- 3) соціальні мережі;
- 4) асистанс програми.