

Низюк Є.М. Роль інформаційних і комунікаційних технологій в страхуванні. Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки України: [матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (4 грудня 2019 р.)] / відп. ред. Л. Г. Ліпич, А. М. Лялюк. Луцьк, 2019. С.129-131.

Низюк Єлизавета Михайлівна
*студентка факультету економіки та управління
Східноєвропейського національного університету
імені Лесі Українки*

УДК 368:330.1

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ І КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СТРАХУВАННІ

Стрімкий розвиток інформаційних технологій вже встиг накласти свій відбиток на розширення можливостей взаємодії страхових компаній з існуючими та потенційними клієнтами. Якщо в 2000-х роках клієнти почали отримувати автоматизовані смс-розсилки про терміни закінчення дії договорів і нові спеціальні пропозиції від страховиків, то в даний час перелік сервісів значно розширився. Ще нещодавно можливість покупки стандартного страхового продукту через інтернет здавався нововведенням. Наприклад, он-лайн на сайті окремих страховиків можна було купити стандартизований договір страхування квартири або поліс страхування виїжджаючих за кордон. Це були продукти, які не потребували мудрих андеррайтерських розрахунків і містили найпростіші умови страхування. Якщо у клієнта виникала необхідність внести будь-які зміни - наприклад, розширити перелік ризиків - доводилося звертатися в страхову компанію, проводити індивідуальний розрахунок вартості та погоджувати умови договору страхування [1, с. 267].

Зараз перелік страхових продуктів, доступних для покупки он-лайн, значно розширився. Багато страхових компаній на своїх сайтах пропонують скористатися спеціально розробленими калькуляторами, що включають велику кількість параметрів, які впливають на вартість страхового поліса. Потенційний клієнт має можливість не тільки максимально врахувати свої дані при розрахунку, а й вибрати окремі умови договору, включити в розрахунок вартість додаткових сервісів або, навпаки, ввести обмеження страхового покриття, що дозволяє знизити вартість договору [2].

Водночас, введення електронних полісів для обов'язкових видів страхування включає в процес інтернет-продажів корпоративних клієнтів, в той час як раніше велика частина продажів та інформаційних послуг на сайтах страховиків була орієнтована на роздріб.

Найбільш широкі перспективи застосування і розвитку сучасних технологій на страховому ринку, безсумнівно, пов'язані з так званими сервісними видами страхування. В першу чергу це автострахування та медичне страхування. Специфіка даних видів страхування включає врегулювання найбільшої, в порівнянні з іншими видами, кількості збитків, а значить, передбачає найактивнішу взаємодію страхової компанії з клієнтом. Клієнт

зацікавлений в економії часу, витраченого на спілкування зі страховиком, і в якнайшвидшому вирішенні страхової події, при якій виникла потреба спілкування зі страховою компанією, будь то аварія на дорозі або необхідність звернутися до лікаря [3, с. 81]. Страхова компанія також прагне знизити витрати часу на обробку одного звернення, а крім того, максимально автоматизувати спілкування з клієнтами, що дозволить, не збільшуючи штат співробітників, надати якісний сервіс застрахованим, знизити витрати і отримати конкурентні переваги.

В умовах впровадження інформаційних та комунікаційних технологій однією з найбільш простих форм організації віддаленого спілкування страховика і страхувальника стала можливість створення профілю на сайті страхової компанії. Як правило, на своїй сторінці користувач може побачити діючі договори страхування, перевірити дані про терміни їх дії і своєчасно направити заявку на продовження договору. Деякі страховики надають можливість оплатити договори або направити повідомлення про збиток [4].

Наступним кроком у розвитку інформаційних технологій в страхуванні стала розробка мобільних додатків. На даний момент таку можливість для своїх клієнтів реалізували лише кілька великих страховиків, проте очевидно, що це напрямок затребуваний і буде розвиватися для зручного сервісу, що надається страхувальникам. Разом із тим, такі програми стають для страховиків інструментом збільшення продажів, дозволяючи інформувати клієнтів про нові продукти, акції та інші новини, а також нагадувати про термін внесення чергового платежу за договором або про дату закінчення терміну його дії. У частині ж автострахування мобільні додатки здатні знизити тимчасові витрати обох сторін на організацію огляду автомобіля та оформлення договору страхування. При грамотній реалізації даний сервіс також може допомогти страховикам боротися зі страховими шахрайствами.

В цілому огляд застосовуваних в страхуванні інформаційних технологій і розроблених допоміжних цифрових сервісів показав, як зростаюча потреба в якісному обслуговуванні клієнтів страхових компаній і високий рівень конкуренції на страховому ринку формують запит на розвиток застосовуваних в страхуванні інформаційних технологій, так і вдосконалення технологій впливає на форму і якість надаваних страхових послуг, які стають все більш доступними і персоналізованими.

Список використаних джерел

1. *Борисюк О. В. Пріоритети розвитку інтернет-страхування в умовах фінансових викликів / О. В. Борисюк // Інфраструктура ринку. Випуск 27, 2019 с.266-270.*
2. *Гаманкова О.О. Страховий ринок України у глобальному страховому просторі Фінанси України. 2012. №. 5 С. 58–67. URL: http://fu.minfin.gov.ua/docs/FU_12_05_058_uk.pdf.*
3. *Карлін М. І. Управління державними фінансами: [навч. посібн.] / М.І. Карлін, О. В. Борисюк. – Луцьк : ПП Іванюк , 2013. 273 с.*
4. *Стожок Л. Страхування: Навчальний посібник для дистанційного навчання / за ред. Г. Г. Старостенко; Відкритий міжнародний університет розвитку людини "Україна" .URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua>.*