

Борисюк О.В. Особливості дистрибуції страхових послуг через мобільні додатки в епоху цифрової економіки. 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. 96-97.

**Борисюк Олена Володимирівна**  
*доцент Східноєвропейського національного  
університету імені Лесі Українки*

УДК 338.021

## **ОСОБЛИВОСТІ ДИСТРИБУЦІЇ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ ЧЕРЕЗ МОБІЛЬНІ ДОДАТКИ В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Розвиток сучасних технологій у світі є рушійною силою змін у методах і техніках продажу продуктів і послуг. Ці зміни включають в себе також можливості розповсюдження страхових послуг в Європі та в Україні зокрема. Основним акселератором цих змін є розповсюдження доступу до мережі Інтернет. Формуються нові, альтернативні методи продажу стандартних страхових продуктів через електронну комерцію. Ці методи належать до нетрадиційних форм дистрибуції страхових послуг. Вони дозволяють усунути деякі обмеження традиційних каналів. Як доводить досвід України, в основі лежать юридично правові норми, що власне забезпечують можливості продажу страхових послуг онлайн, зокрема наймасовішого та обов'язкового виду - страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів [4, с. 45].

Відповідно до досліджень, більшість споживачів страхових послуг бажають отримати доступ до потенційних функцій програм страхових компаній. Значним попитом користується система прямих ліквідацій збитків. Ця система здатна відшкодувати збитки в страховій компанії, в якій потерпілий має страховий поліс ОСАГО, а не як раніше - від страховика, в якому застрахована відповідальність винуватця збитку. Данна система має місце у пропозиціях страхових компаній України та Польщі.

Все частіше саме функціональність мобільних пропозицій лежить в основі вибору клієнтів. На цьому підґрунті можна припустити, що в найближчих роках велику популярність матимуть додатки страхових програм, встановлених на смартфонах. Вони у більшості випадків швидші за мобільні веб-сайти, які потребують внесення даних під час кожного контакту [1, с. 85].

Беручи до уваги аналіз існуючих опцій в мобільних додатках страховиків, запропонованих клієнтами Західної Європи, можна відмітити, що більшість вітчизняних страхових компаній ще невикористовують всі технічні можливості програм.

Так, продаж страхових полісів через інтернет є досить поширеним явищем в країнах Європи. Разом із тим, за допомогою смартфона в Західній Європі страхувальник має можливість:

- повідомляти про страховий випадок;
- викликати допомогу у випадку настання страхового випадку;

- визначити місцерозташування аварії за допомогою GPS;
- здійснити зв'язок з кол-центром страховика;
- проводити оцінку збитку шляхом трансляції відео з допомогою необхідного мобільного додатку на своєму смартфоні;
- зробити і відправити фото з місця настання страхового випадку;
- відстежувати етапи обробки страхової події страховиком з допомогою мобільного додатку.

В основі можливостей для продажу страхових послуг в ЄС онлайн лежить Директива Європейського Парламенту та Союзу (ЄС) 2016/97, прийнята 20 січня 2016 року по дистрибуції страхування - Insurance Distribution Directive. Цей акт вступив у силу 23 лютого 2016 року, і означає, що держави-члени ЄС обов'язково внесли зміни до законодавчих актів своїх країн до лютого 2018 року [3, с.131].

Визначено, що основною причиною зростання продажів страхування через Інтернет слугують нові можливості мобільних додатків. Саме доступність інтернету і технічний розвиток, дозволяють говорити про значний потенціал даного каналу дистрибуції. Адже має місценетільки продаж страхових послуг, а й обслуговування, превенція або навіть ліквідація збитку [5, с. 135]. Норми, що діють в ЄС, суттєво корисніші для клієнта і враховують більшість технічних особливостей дистрибуції онлайн, дозволяючи, наприклад, повернення страхового продукту придбаного онлайн в 30 днів після придбання.

Таким чином, страхові компанії розвинених країн, розробляючи мобільні додатки з метою створення нового каналу дистрибуції страхування, повинні зосередити увагу в першу чергу на очікування користувачів, тобто сьогоденних і потенційних клієнтів, що доцільно було б практикувати й у вітчизняному страховому бізнесі.

#### *Список використаної літератури:*

1. Карлін М. І. Управління державними фінансами: [навч. посібн.] / М. І. Карлін, О. В. Борисюк. Луцьк : ПП Іванюк , 2013. 273 с.
2. Карлін М. І. Фінансові офшори : навч. посіб. для студ. ВНЗ III–IV рівнів акредитації / М. І. Карлін, О. В. Борисюк. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. 240 с.
3. Борисюк О.В. Дистрибуція страхових продуктів як важливий елемент страхового менеджменту Економічний часопис СНУ. Випуск №2(14), 2018р. С.131-137.
4. Приказюк Н., Моташко Т. Роль інтернету в реалізації страхових послуг. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2014. Вип. 3. С. 45–52.
5. Pikus G. V. Innovation in insurance: world experience and development prospects in Ukraine. *Theoretical and applied questions of economy*. 2009. No. 18. P. 135–140.
6. Pikus G. V., Zakonodaje V. M. Innovative development of the insurance activity as a basis to improve its effectiveness. *Bulletin of the Bulletin of the KNU named after Taras Shevchenko. Economy*. 2015. No. 168. С. 72–80.
7. Pikus G. V., Zakonodaje V. M. Innovative development of the insurance activity as a basis to improve its effectiveness. *Bulletin of the Bulletin of the KNU named after Taras Shevchenko. Economy*. 2015. No. 168. С. 72–80.
8. Pricasuk N. I., Matesco T. P. The role of the Internet in the implementation of insurance services. *Bulletin of Kyiv national Taras Shevchenko. Economy*. 2014. No. 156. S. 45–52.