

Васильєва В.Р., Шинкаренко К.Е.
студентки,
Науковий керівник: Заволока Л.О.
старший викладач,
Університет митної справи та фінансів

ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

У зв'язку з глобалізацією електронної економіки спостерігається помітне зростання обсягів бізнес-продукції та змінюються уявлення про межі використання технології ведення бізнесу. Протягом останніх років питома вага обсягів продажу в Інтернет-мережі поступово зростає і досягає рекордних показників, саме це впливає на прибутки підприємств, оскільки знижуються витрати на організацію укладання угод. Для багатьох виробників необхідною умовою, успішного функціонування на ринку та досягнення максимальної ефективності у задоволенні потреб свого споживача, стає створення власного віртуального каналу збуту. Практика продажу в Інтернет мережі не оминула і таку сферу діяльності, як страхування. За допомогою мережі Інтернет, страховики легко проникають на ринок, такий шлях здешевлює процес створення традиційних каналів продажу.

Internet-страхування – це комплекс взаємин страхової компанії і клієнта, що виникають у процесі продажу продукту страхування, його обслуговування і виплати страхового відшкодування при використанні технологій мережі Internet як найбільш зручних, швидких і дешевих засобів обміну інформацією [1].

Цей комплекс взаємин страхової компанії і клієнта має певні етапи продажу продукту страхування, розглянемо їх на рисунку 1.

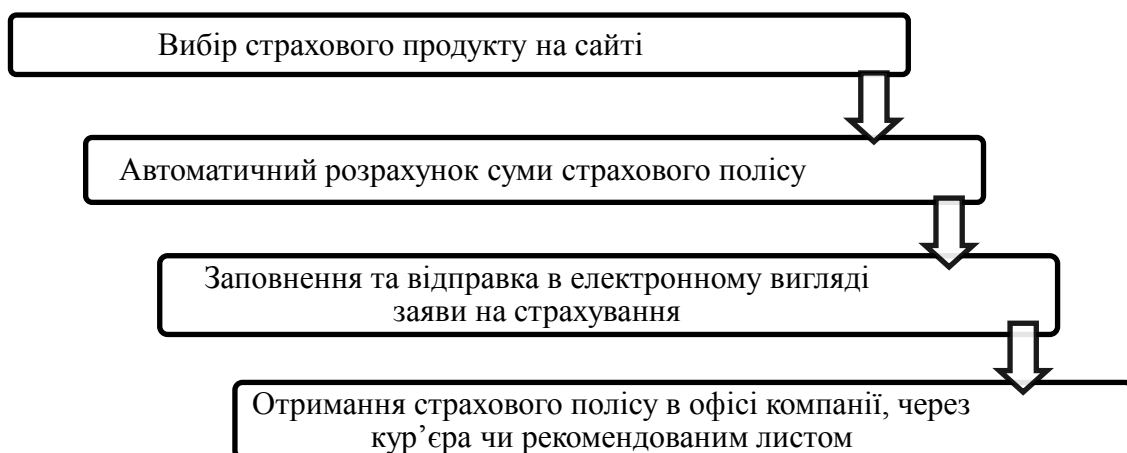


Рис. 1. Системи Інтернет-страхування

Джерело: розроблено авторами на основі [4]

Інтернет-страхування складається з двох систем, розглянемо їх особливості на рисунку 2.

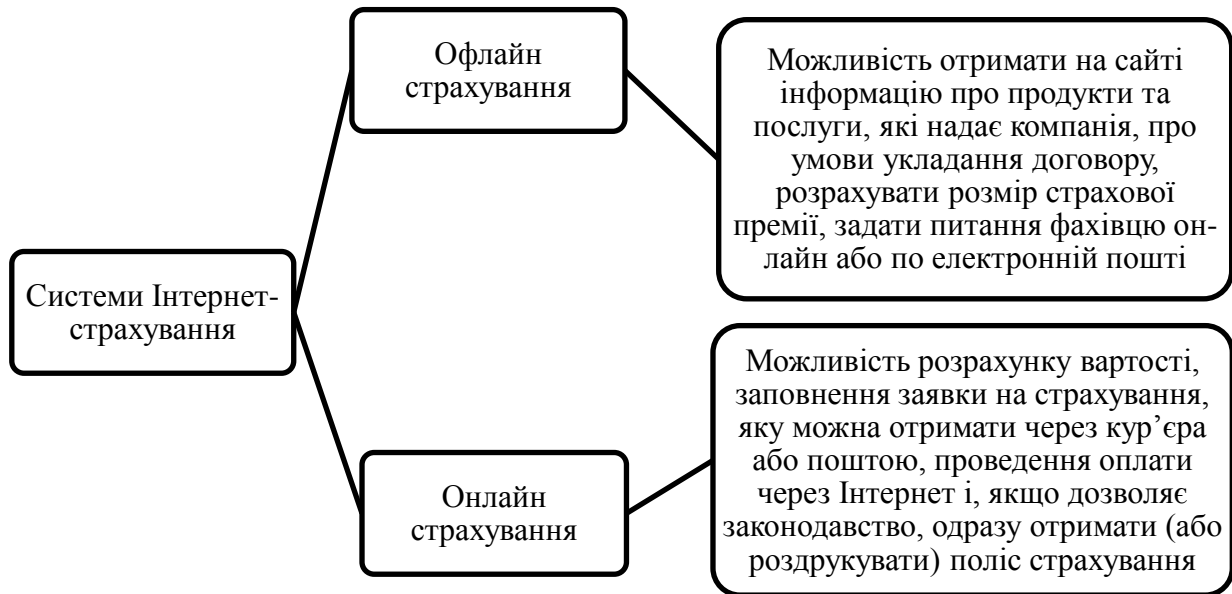


Рис. 2. Системи Інтернет-страхування

Джерело: розроблено авторами

Процеси продажу через Інтернет мають певні особливості, тому їх необхідно розглянути відповідно до кожного з виду Інтернет-продажів:

1) Інтернет-заявка:

- через сайт страхової компанії надається контактна інформація;
- за попереднім дзвінком клієнту для уточнення умов договору та місця зустрічі відбувається виїзд спеціаліста та заповнення страхової документації;
- оплата полісу здійснюється готівкою виїзному спеціалісту.

2) Інтернет-платіж:

- необхідна інформація для розрахунку тарифу та заповнення полісу надається через сайт страхової компанії;
- оплата полісу через Інтернет;
- доставка готового полісу здійснюється кур'єром, поштою або надається можливість самостійно його забрати в офісі компанії.

3) Онлайн продаж полісу:

- необхідна інформація для розрахунку тарифу та заповнення полісу надається через сайт страхової компанії;
- оплата полісу через Інтернет;
- пересилка полісу через Інтернет з електронним підписом або самостійний друк полісу (якщо це передбачено законодавством) [2].

Інтернет все активніше проникає в життя суспільства та його фінансову систему, що наглядно зображено на рисунку 3.

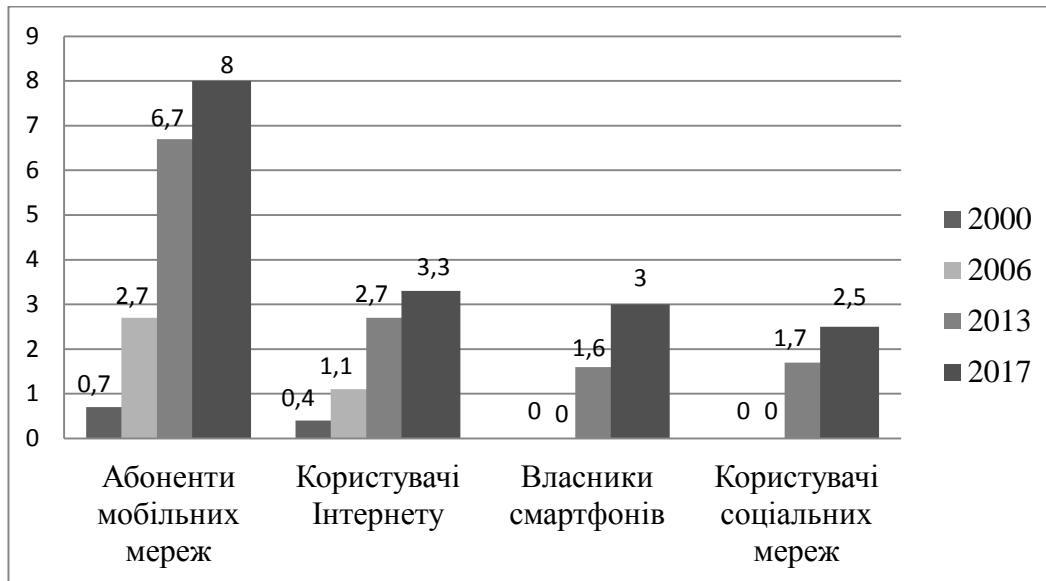


Рис. 3. Учасники цифрової економіки протягом 2000–2017 рр., млрд чол. [3]

Отже, перевагами Інтернет-страхування можна вважати, по-перше, скорочення часу і сил страхувальника (можливість замовлення страхової послуги не виходячи з будинку або офісу); по-друге, автоматизація розрахунку страхової суми і тарифів за допомогою страхового калькулятора та універсальність способів оплати (Інтернет-банкінг).

Поряд з перевагами Інтернет-страхування мають місце і недоліки, а саме: не значна популярність серед страхових компаній і клієнтів; не повне використання новітніх технологій через не досконале правове регулювання, яке забороняє видавати електронні поліси та вимагає ідентифікацію клієнта.

Розвиток Інтернет-страхування в Україні знаходиться на початковій стадії, що зумовлено низьким рівнем питомої ваги серед страховиків, які надають послуги через Інтернет, тому для подальшого розвитку Інтернет-страхування в нашій країні необхідно: вдосконалити нормативно-правову базу даного способу страхування; завоювати довіру серед страхувальників через значно якісну організацію захисту веб-сайтів; повідомляти клієнтам про можливість отримання повного комплексу послуг дистанційно.

Список використаних джерел:

1. Генік С. Я. Проблеми та перспективи розвитку інтернет-страхування в Україні / С. Я. Генік, Т. А. Говорушко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. № 9. – С. 627–630.
2. Михайловська І. М. Основні підходи до визначення сутності, структури та принципів інтернет-страхування / І. М. Михайловська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. – № 3. – С. 157-160.
3. Пономарьова О. Б. Особливості розвитку страхування в умовах поширення інтернету / О. Б. Пономарьова, О. М. Зінченко // «Молодий вчений». – 2016. – № 5(32). – С. 138-140.
4. Свешнікова К. Т. Перспективи розвитку Інтернет-страхування в Україні / К. Т. Свешнікова, А. С. Тюлін // Інноваційна економіка. – 2013. – № 5. – С. 264-268.