

УДК 368.01

Білик І.І.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу і логістики
Національного університету «Львівська політехніка»

Косар Н.С.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу і логістики
Національного університету «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЇ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ НА РИНКУ

АНОТАЦІЯ

Встановлено наявність негативних тенденцій на ринку страхових послуг України, визначено, що пошук нестандартних підходів до ведення бізнесу, швидке реагування на зміну кон'юнктури ринку, персоналізація підходу до обслуговування клієнтів – основа конкурентних переваг страхової компанії у сучасних умовах. Визначено необхідність впровадження цифрових трансформацій та інноваційних цифрових технологій у діяльність страхових компаній як механізму посилення їхньої конкурентоспроможності на ринку. Виходячи з концепції бенчмаркінгу, проаналізовано зарубіжний та вітчизняний досвід у сфері втілення інновацій у комплексі маркетингу страховиків. Йдеться про розроблення нових продуктів, використання таких сервісів, як краудсорсинг та аутсорсинг, «цифровий брокер», «страхування за запитом», телематика з активним використанням Інтернету, соціальних мереж, хмарних технологій.

Ключові слова: страхова компанія, «цифровий брокер», «страхування за запитом», краудсорсинг у страхуванні, аутсорсинг у страхуванні.

АННОТАЦИЯ

Отмечено наличие негативных тенденций на рынке страховых услуг Украины, определено, что поиск нестандартных подходов к ведению бизнеса, быстрое реагирование на изменение конъюнктуры рынка, персонализация подхода к обслуживанию клиентов – основа конкурентных преимуществ страховой компании в современных условиях. Определена необходимость внедрения цифровых преобразований и инновационных цифровых технологий в деятельность страховых компаний как механизма усиления их конкурентоспособности на рынке. Исходя из концепции бенчмаркинга, проанализирован зарубежный и отечественный опыт в сфере реализации инноваций в комплексе маркетинга страховщиков. Речь идет о разработке новых продуктов, использовании таких сервисов, как краудсорсинг и аутсорсинг, «цифровой брокер», «страхование по запросу», телематика с активным использованием Интернета, социальных сетей, облачных технологий.

Ключевые слова: страховая компания, «цифровой брокер», «страхование по запросу», краудсорсинг в страховании, аутсорсинг в страховании.

ANNOTATION

There has been found negative tendencies in the Ukrainian insurance market, that it is determined that searching non-standard approaches to doing business, quick responses to changes in market conditions, personalizing the approach to customer service are the basis of the competitive advantages of an insurance company in modern conditions. The necessity of introducing digital transformations and innovative digital technologies into the activity of insurance companies as a mechanism for strengthening their competitiveness in the market is determined. Foreign and domestic experience in the field of implementing innovations in the complex of insurers marketing has been analyzed according to the benchmarking concept. These are the development of new products, the use of such services as «crowdsourcing» and «outsourcing», «digital broker», «on-demand insurance», telematics with the active use of the Internet, social networks, cloud technologies.

Key words: insurance company, «digital broker», «on-demand insurance», «crowdsourcing» in the insurance industry, «outsourcing» in the insurance industry.

Постановка проблеми. У сучасних умовах ринок страхових послуг знаходиться на етапі повного переходу на цифровий формат ведення бізнесу. Відсутність належного рівня підготовки працівників щодо впровадження інновацій у сфері страхування, обмежений розвиток інфраструктури українського страхового ринку, відсутність страхової культури населення України, негативні сподівання бізнесу та населення щодо розвитку економіки в країні та політичної ситуації приводять до ускладнення у використанні інноваційних цифрових трансформацій на ринку страхових послуг. Впровадження інноваційних технологій у діяльність страховика – необхідна умова його конкурентоспроможного функціонування на ринку. Її реалізація вимагає проведення аналізу зарубіжного досвіду щодо використання низки інноваційних технологій, його адаптації до специфіки вітчизняного ринку, визначення перешкод на шляху їх впровадження.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Питання використання концепції маркетингу у діяльності підприємств, втілення інноваційних технологій знайшли відображення у роботах П. Дойля, Ж.-Ж. Ламбена, О. Даннікова, А. Зубець, А. Старостіної, С. Осадця, В. Тринчука, Є. Крикавського, Н. Чухрай та інших. Аналізом страхового ринку займалися такі українські вчені, як В. Базилевич, О. Залетов тощо. Зокрема, у дослідженнях Н. Приказюк [1], В. Фурмана [2] визначено сучасні тенденції розвитку страхового ринку України, у працях М. Денисенка [3], Р. Пікуса [4], Є. Забурмехи [5] розглянуто можливості та сутність впровадження інновацій на страховому ринку як основи підвищення конкурентоспроможності страхових компаній.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас окремі аспекти застосування інноваційних технологій та цифрових трансформацій на ринку страхових послуг є недостатньо аргументованими і потребують подальшого дослідження. Аналіз наукових публікацій свідчить, що у літературі відсутній комплексний підхід до розгляду інновацій за

окремими складниками комплексу маркетингу страхової компанії.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є аналіз сучасних тенденцій розвитку страхового ринку в Україні, можливих інноваційних цифрових трансформацій у сфері комплексу маркетингу страховиків та визначення їх перспективності для вітчизняних страхових компаній.

Виклад основного матеріалу дослідження. За ступенем капіталізації ринок страхування серед небанківських установ займає одне з провідних місць. Проте сьогодні на ньому спостерігаються негативні тенденції. Кількість страхових установ у 2016 р. зменшилася на 51 установу порівняно з 2015 р., а порівняно з 2014 р. – на 72 страхові установи (табл. 1).

Свідченням наявності негативних тенденцій у розвитку страхового ринку України є також той факт, що у 2016 р. зменшилася загальна кількість підписаних угод страхування на 22 958,1 тис. од. (11,34%), найбільша частина – угод із добровільного страхування – на 63 686,5 тис. од. (63,9%), у тому числі: від вогневих та стихійних ризиків – на 28 273,1 тис. од. (92,7%); страхування майна – на 27 867,8 тис. од. (89,5%) [6].

Нестабільний економічний стан в країні, оновлення нормативно-правових актів, які регулюють діяльність у страховій сфері, приводять до постійних змін у її основних показниках. З метою оцінки динаміки функціонування страхового ринку України проаналізовано його показники за 2014-2016 рр. (табл. 2).

Негативним явищем є зменшення кількості укладених договорів страхування в Україні у 2016 р. порівняно з 2015 р. на 11,3%.

Аналіз табл. 2 свідчить також, що статутний капітал, внесений страховими установами, є незначним і проти 2015 р. зменшується, що вказує на низьку конкурентоспроможність страховиків. За підсумками 2016 р. фінансово-економічним виданням «Форбс» (Forbes) опублікований рейтинг найбільших світових компаній світу. У рейтингу знаходяться компанії із 63 країн світу, сукупний дохід яких становить 35 трлн дол. США, ринкова вартість цих компаній становить 44 трлн дол. США. Очолює рейтинг страхових компаній китайська страхова група Ping An Insurance Group, ринкова вартість якої становила 90 млрд дол. США, активи – 732,3 млрд дол. США. У 2016 р. у світовій економіці вагоме місце посідає страхова група AXA Group, яка була створена в 1816 р. На кінець 2016 р. її ринкова вартість становила 61,9 млрд дол. США, активи – 965,4 млрд дол. США, обсяги продажу – 120,8 млрд дол. США, прибуток – 5,9 млрд дол. США [7]. В Україні в останні роки простежується стійка тенденція до погіршення економічних умов. Як наслідок, багато із вітчизняних страховиків покинули ринок страхування, інші починають проводити перегляд страхового портфеля.

Позитивною зміною в роботі вітчизняних страхових компаній став сформований обсяг страхового резерву, який у 2016 р. становив 20 936,7 млн грн. (на 13,9% більше порівняно з 2015 р. та на 16,1% більше проти 2014 р.) [6].

Галузь фінансових послуг, до якої належить страхування, знаходячись на етапі розвитку, є доволі динамічною щодо впровадження інноваційних цифрових трансформацій. Проаналізувавши економічну ситуацію в Україні,

Таблиця 1

Тенденції зміни кількості страховиків на ринку України за 2014-2016 рр.

Кількість страхових установ	Станом на 31.12.2014	Станом на 31.12.2015	Станом на 31.12.2016	Абсолютний приріст, шт.		
				2015/2014,	2016/2015	2016/2014
СК «Life»	57	49	39	-8	-10	-18
СК «non-Life»	325	312	271	-13	-41	-54
Усього	382	362	310	-20	-52	-72

Джерело: складено авторами на основі даних [6]

Таблиця 2

Основні показники функціонування та темпи росту страхового ринку України

Показники	2014 р.	2015 р.	2016 р.	Темпи приросту, %	
				2015/ 2014	2016/ 2015
Кількість договорів страхування, тис. од.	134713,20	202429,30	179471,20	50,3	-11,3
Чисті страхові премії, млн грн.	18592,8	22354,9	26463,9	20,2	18,4
Чисті страхові виплати, млн грн.	4893,0	7602,8	8561,0	55,4	12,6
Виплати, страхові премії отримані від перестраховиків, млн грн.	663,7	1396,8	1287,5	110,5	-7,8
Сформовані страхові резерви, млн грн.	15828,0	18376,3	20936,7	16,1	13,9
Активи страховиків (згідно з формою 1 (П(С)БО 2)) та ст. 31 Закону України «Про страхування», млн грн.	110791,30	97147,90	91147,50	-12,3	-6,2
Сплачений статутний капітал, млн грн.	15120,9	14474,8	12661,6	-4,3	-12,5

Джерело: складено авторами на основі даних [6]

констатуємо зниження активності страхових компаній. На шляху консолідації страхових послуг та втілення інноваційних підходів виникають не тільки економічні, але і законодавчо-нерегульовані, політичні, зовнішньоекономічні перешкоди, стає відчутною відсутність відповідної інфраструктури, дефіцит інвесторів. Відновлення співпраці з МВФ, зближення України з Європейським союзом у межах Угоди про Асоціацію поступово формують підґрунтя для реабілітації страхового ринку. Натепер так і не прийнятий новий проект Закону України «Про страхування», який регулює страхові відносини в сучасних реаліях. Проект Закону передбачає управління ризиками не тільки для розпізнавання допустимих ризиків, але загалом удосконалює вимоги щодо створення статутного капіталу страхової компанії, визначає можливий розмір нормативно-правового капіталу, встановлює вимоги до ліквідності та активів страхової компанії, її управлінської системи, визначає законодавчі нормативи щодо умов діяльності страховиків-нерезидентів в Україні. У проекті передбачено прозору фінансову звітність усіх страховиків, обов'язкове медичне страхування, поступ та енергійне запровадження страхування життя, обов'язкове дотримання контролю за іншими видами страхування тощо. Треба зазначити, що вихід компанії Aegon Life з України є показником того, що вітчизняний ринок так і не став цікавим для нових іноземних інвесторів. Значною мірою це пояснює і незначний розвиток інновацій в Україні.

Згідно з положенням ОЕСР (міжнародного стандарту), інновації – це кінцевий результат інноваційної діяльності, який реалізований у вигляді просування або вдосконалення нового продукту, що впроваджений на ринок завдяки технологічному процесу, який застосовується

у практичній діяльності підприємства або в нових методах надання соціальних послуг.

Інновації шляхом оптимізації бізнес-процесів, структури, використання цифрових технологій забезпечують прибутковість страхової діяльності. З іншого боку, інновації, втілюючись у реальних послугах, товарах, чіткій інформації, задовольняють споживчі потреби.

Інновації у страхуванні класифікуються за різноманітними ознаками та залежно від напрямів діяльності. У процесі функціонування страхова компанія проходить можливі основні етапи інновацій, такі як виготовлення страхового продукту, супровід страхового продукту, розроблення каналів збуту страхових послуг, організаційно-управлінська діяльність страхової компанії, взаємодія страхової компанії з елементами зовнішнього середовища. Страхування як незвичайний елемент системи фінансів має своєрідні особливості інноваційного росту, що є характерним для його функціонування. У табл. 3 подано різновиди інновацій у сфері страхування за окремими складниками комплексу маркетингу страховика.

Вагомим стримувальним фактором попиту на впровадження інновацій в Україні є низький рівень довіри покупців полісів до страхових компаній. Тому потрібні економічні та законодавчі зміни з акцентом на ліквідність, платоспроможність і мінімальний капітал страховика, що стане основою для реалізації ним зобов'язань у кризовій ситуації. У березні 2016 р. Нацкомфінпослуг з метою нароцужвання страховиками ліквідності прийняв «Положення про обов'язкові критерії та нормативи достатності диверсифікації і якості активів», за допомогою якого стало можливим знизити частку сумнівних активів страхових компаній, диверсифікувати та збалансувати інвестиційні портфелі компаній, адже наявний щільний зв'язок якісного інвестицій-

Таблиця 3

Різновиди інновацій, доцільні для використання у комплексі маркетингу страхової компанії

№ з/п	Складник комплексу маркетингу страхової компанії	Об'єкт інновації	Вид інновації	Опис інновації
1	Продукт	Пропозиція страхового продукту	Продуктова, технологічна	Розроблення нових страхових продуктів і послуг
		Процеси, що забезпечують супровід страхового продукту	Продуктова, технологічна	Зміна технології процесів супроводу страхових продуктів з метою їх удосконалення, автоматизація процесів за рахунок упровадження нових інформаційних технологій та цифрових трансформацій
2	Ціна	Страхові тарифи	Витратні	Скорочення витрат на надання страхового продукту через використання досягнень НТП
3	Розподіл	Канали збуту страхових послуг	Збутові	Створення нових каналів збуту та страхових послуг на підставі використання Інтернету, соціальних мереж, хмарних технологій, створення Інтернет-магазинів
4	Комунікації	Процеси взаємодії з елементами зовнішнього середовища	Процесні, організаційні або технологічні	Використання нових методів і технологій з метою підвищення ефективності взаємодії з елементами зовнішнього середовища, його інформування

Джерело: складено авторами на основі [4]

ного портфеля страхових компаній і виконання зобов'язань перед споживачем послуг забезпечить довіру до самого ринку та приведе до підвищення надійності компаній перед страхувальниками. Інвестуючи кошти в IT-інфраструктуру, IT-безпеку і нові онлайн-сервіси, страхові компанії стануть надійними для акціонерів, партнерів, клієнтів, співробітників і суспільства, що підвищить рівень їхньої конкурентоспроможності і покращить фінансові результати діяльності. Відповідно до даних аналітичної компанії CB Insights, з 2011 р. по 2016 р. венчурні інвестори в InsurTech (страхові технології) вклали понад 16 млрд дол. США. Проведені маркетингові дослідження свідчать, що вкладені інвестиції в інноваційні технології та цифрові трансформації у 2017 р. становили понад 8 млрд дол. США [8].

Як видно з табл. 3, об'єктами інновацій у страхуванні є: страховий продукт його супровід, система розподілу та просування послуг, процеси взаємодії з елементами зовнішнього середовища, які привели до розширення альтернативних каналів збуту та просування. З розвитком Інтернет-технологій стало можливим здійснення продажу страхових послуг через сайти відповідних компаній. Розвиток цифрових трансформацій та інноваційних технологій дав змогу надавати страхові послуги в таких масштабах та через такі канали, які максимально зручні та привабливі для страхувальника, дають можливість зменшити ціну полісу і радикально змінити підхід під час здійснення обслуговування страхувальників.

Однією з інноваційних форм ведення страхової діяльності став аутсорсинг. За своєю економічною суттю він являє собою систему відносин, які виникають під час передачі страховою компанією на основі довгострокових договорів комплексних організаційно-правових дій, спрямованих на врегулювання певних моментів у межах страхової діяльності, вузькоспеціалізованим, професійним фірмам, у цьому разі асистансам. Співпраця страхових та асистанських компаній з використанням комплексу інноваційних рішень дає змогу надавати оперативно й ефективно якісні послуги під час страхового супроводу. Комплексні сучасні клієнтоорієнтовані асистанси в Україні представлені такими компаніями, як ТОВ «Смайл Сервіс», ТОВ «Савітар Груп», ТОВ «Eclis», ТОВ «Бізнес Ассист», ТОВ «Асистанс України», компанія «УкрАссист», що забезпечують клієнтів страховим сервісом із транспортного, договірної, медичного, комунального та інших видів асистансу.

Одним зі зростаючих сегментів страхових інновацій стають сервіси краудсорсингу. P2P-платформи, за якими працюють американська фірма Lemonade та німецька FrindSurance, дають можливість клієнтам об'єднуватися у групи і формувати загальний страховий фонд; якщо ж ризик не настає, то користувачі платформи отримують назад частину сплаченої страхової премії. P2P-платформи заробляють на комісії,

яку отримують за свої послуги. Для страхових компаній співпраця з такими проектами – можливість охоплення потенційних сегментів споживачів страхових послуг, які не купують страхові поліси традиційним способом.

Ще одним перспективним напрямом упровадження інноваційних технологій та цифрових трансформацій є послуги «цифрових брокерів». За допомогою мобільних страхових брокерів страхувальник може порівняти наявні страхові продукти, купувати та підписувати контракт через додаток у смартфоні. Потенційний клієнт страхової компанії з дому або офісу має можливість отримати консультацію, що, безсумнівно, позитивно впливає на рівень конкурентоспроможності страхової компанії. Для страховиків це – збирання і використання даних про користувачів через такі додатки і, як наслідок, можливість забезпечити індивідуальний підхід до кожного.

З 2014 р. запроваджено інновації у сфері страхування автотранспорту. «Страхування за запитом» передбачає надання послуг страхування на короткий термін. Послуги, які клієнти страхових компаній зазвичай купують на тривалий період часу, наприклад, на рік, стають доступні для клієнтів InsureTech компаній на годину, день або тиждень – за потребою. У 2016 р. стартап запустив погодинну програму страхування для тих, хто рідко їздить за кермом. Tokio Marine впровадила новий метод купівлі страхового полісу – короткостроковий з використанням мобільного додатку, який був створений телекомунікаційною компанією Nippon Telegraph and Telephone [7].

Створена телекомунікаційною компанією Telefynica S.A мобільна платформа GiffGaff являє собою форум для користувачів (клієнтів), де вони задають питання іншим страхувальникам або відповідають на запитання. Ця платформа дозволяє страховику скорочувати витрати на утримання кол-центрів, адже частина питань страхувальників знаходить відповіді на форумі.

В світі існує низка інноваційних технологій та цифрових трансформацій, про можливість використання яких на страховому ринку продовжують дискутувати. Наприклад, штучний інтелект можливо використати, навчивши комп'ютерну програму забезпечувати комунікацію з клієнтом, нейронні мережі можна використати для ідентифікації і прогнозування шахрайства.

Інноваційна активність страхових компаній займає основне місце в становленні і розвитку вітчизняної економіки. У лютому 2018 р., згідно з Розпорядженням Нацкомфінпослуг № 3 631 «Про затвердження змін до положення про особливості укладання договорів обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів», у галузі страхування почався новий етап цифрових трансформацій – продаж електронного поліса ОСЦПВ [9].

Клієнт отримує захист від шахрайських дій недобросовісних агентів, зручність покупки та обслуговування полісу, який реєструється в базі МТСБУ, що дозволить підвищити довіру споживачів до надання електронних послуг у галузі страхування та підвищити конкурентоспроможність страхових компаній. Держава через МТСБУ отримує контроль над ринком, оскільки інформація щодо проданих полісів страхування поступає в режимі он-лайн, і в разі банкрутства компанії або припинення ліцензії вона автоматично втрачає можливість випускати поліси. Дорожня поліція зможе контролювати наявність у власника автотранспорту полісу страхування шляхом sms-запиту в централізовану базу даних. З боку страховиків простежується можливість зменшення адміністративних витрат та оптимізація витрат на управління дистрибуційною мережею.

Завдяки мобільним додаткам зростає мобільність страхових компаній, прискорюються їхні бізнес-процеси. Страхова телематика – перспективний напрям у автострахованні з використанням новітніх телематичних пристроїв і мобільних додатків, який активно використовується у світі. Так у Великій Британії 65% пропозицій призначені саме для молодих водіїв, вік яких до 25 років, і вони базуються на використанні телематики, адже це можливість заощаджувати на автострахованні до 30%. У світі нараховується 20 млн полісів з використанням телематики. Такий напрям характерний і для страхового вітчизняного ринку. З жовтня 2017 р. інноваційний продукт КАСКО Smart від «АХА Страхування» став відкритим для жителів України. Особливість цієї послуги визначається використанням телематичного пристрою, що оцінює та аналізує стиль водіння страхувальника. Телематичний пристрій, який надається компанією, встановлюється на автомобіль, страхувальник спостерігає за власним керуванням та отримує рекомендації щодо покращення своїх навичок завдяки мобільному додатку, який встановлюється на телефон. У червні 2017 р. СК «АХА Страхування», дочірня компанія французької Групи АХА, анонсувала послугу дистанційного медичного консультування, що є інновацією для вітчизняного ринку страхування, завдяки якій клієнти мають можливість отримувати медичну консультацію дистанційно, уклавши угоду добровільного медичного страхування. Така послуга отримала назву телемедичної консультації. СК «АХА Страхування» стала першою в Україні з надання цієї послуги, хоча на ринках зарубіжних країн вона вже давно зарекомендувала себе з позитивного боку. Безперечною перевагою для клієнта стала наявність медичної дистанційної консультації у відповідному пакеті ДМС, що дозволяє економити час, який є головним активом для людини.

СК «АХА Страхування» посилила провідну позицію в напрямі страхування здоров'я, продемонструвавши зростання обсягу продажу

полісів на 6%. Це стало можливим за допомогою послуги «Медицина без меж» – програми СК «АХА Страхування» і компанії Best Doctors (Бостон, США) – лікування за кордоном для жителів України. Перестраховальником у програмі є компанія Partner Re. Понад 53 000 лікарів-експертів у світі, 450 вузьких спеціалізацій, кращі закордонні клініки, 30 млн споживачів у понад 100 країнах – це все компанія Best Doctors [10].

За допомогою інноваційних технологій та цифрових трансформацій у напрямі страхування життя СК «АХА Страхування» випустила перший параметричний продукт, який заснований на базі блокчейн-технологій і смарт-контракту, що стало інноваційним рішенням у страхуванні. Проект «Страхування у разі затримки рейсу» в межах АХА Innovation Day передбачає self-claimed страхування, яке не вимагає від страхувальника повідомляти власника послуги про настання страхового випадку (затримку рейсу), смарт-контракт самоактивує процедуру відшкодування, а технологія блокчейн дозволяє отримувати оперативні онлайн-зведення про затримані рейси. Завдяки впровадженню інноваційних технологій та цифрових трансформацій на страховому ринку України СК «АХА Страхування» стала одним із провідних лідерів у страховому бізнесі.

Конкурентні позиції страхових компаній на ринку можна підвищити також за рахунок інновацій у сфері просування та внутрішнього маркетингу. СК «АХА Страхування» – перший страховик в Україні, який врегулював роботу свого сайту таким чином, що всі пропозиції та відгуки страхувальників стали доступними на сайті. Обізнаність споживачів із брендом АХА становить 47% (за даними TNS у 2016 р). За методикою TCF, 92% страхувальників, які скористалися послугами страхових продуктів цієї компанії, схвально оцінюють цю компанію. Ступінь залучення працівників в АХА – 89%, інвестиції у підвищення кваліфікації співробітників за останні 10 років становили понад 2,2 млн грн. [10].

Висновки. Специфіка функціонування страхових компаній визначає особливості інновацій у цій сфері. Інноваційні технології у сфері комплексу маркетингу страховика спрямовані на покращення сервісу клієнтів, що передбачає активне впровадження цифрових технологій.

Сьогодні відбувається зростання капіталізації компаній, які побудовані на основі шерінгової моделі, що демонструє відмінний від традиційних форм економічної діяльності підхід із використанням краудсорсингу, аутсорсингу тощо. Автоматизація інформаційних систем страховика, розвиток онлайн-страхування – необхідні умови для ефективної діяльності страхової компанії. Пошук нестандартних підходів до ведення бізнесу, швидке реагування на зміну кон'юнктури ринку, персоналізація підходу до обслуговування клієнтів – основа конкурентних

переваг страхової компанії на ринку у сучасних умовах.

10. Офіційний сайт ПАТ СК «АХА Страхування». URL: <https://axa-ukraine.com/>.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Приказюк Н.В. Нові можливості для розвитку страхової системи України / Н.В. Приказюк, Т.П. Моташко // Український журнал прикладної економіки. – 2016. Том 1. № 4. С. 177-192.
2. Фурман В.М. Страхування: теоретичні засади та стратегія розвитку: монографія / В.М. Фурман. К.: КНЕУ, 2005. 296 с.
3. Денисенко М.П. Інновації на страховому ринку України / М.П. Денисенко // Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 21. С. 79-82.
4. Пікус Р. Інноваційний розвиток страхової діяльності як основа підвищення її ефективності / Р. Пікус, В. Заколюдажний // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2015. Вип. 3. С. 72-80.
5. Забурмеха Є.М. Маркетинг страхових інновацій / Є.М. Забурмеха // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. 2014. № 811. С. 137-141.
6. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: <http://www.nfp.gov.ua>.
7. Інформаційний портал про страхування в Україні. URL: <https://www.ukrstrahovanie.com.ua>.
8. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://minfin.com.ua>.
9. Розпорядження Нацкомфінпослуг «Про затвердження змін до положення про особливості укладання договорів обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів» № 3631. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.

REFERENCES:

1. Prykazyuk, N.V., Motashko, T.P. (2016) "Novi mozhlyvosti dlya rozvytku strakhovoyi systemy Ukrayiny", *Ukrayins'kyi zhurnal prykladnoyi ekonomiky*, tom 1, no. 4, pp. 177-192.
2. Furman, V.M. (2005) "Strakhuvannya: teoretychni zasady ta stratehiya rozvytku", KNEU, Kyiv, Ukraine.
3. Denysenko, M.P. (2015) "Innovatsiyi na strakhovomu rynku Ukrayiny", *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, no. 21, pp. 79-82.
4. Pikus, R., Zakolodyazhnyy, V. (2015) "Innovatsiynny rozvytok strakhovoyi diyal'nosti yak osnova pidvyshchennya yiyi efektyvnosti", *Visnyk Kyyivs'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika*, no. 3, pp. 72-80.
5. Zaburmekha, Ye.M. (2014) "Marketynh strakhovykh innovatsiy", *Visnyk Natsional'noho universytetu «L'viv's'ka politekhnika»*. *Lohistyka*, no. 811, pp. 137-141.
6. Ofitsiynny sayt Natsional'noyi komisiyi, shcho zdiysnyuye derzhavne rehulyuvannya u sferi rynkiv finansovykh posluh, available at: <http://www.nfp.gov.ua> (Accessed 15 sichnya 2018).
7. Informatsiynny portal pro strakhuvannya v Ukrayini, available at: <https://www.ukrstrahovanie.com.ua> (Accessed 11 sichnya 2018).
8. Ofitsiynny sayt Ministerstva finansiv Ukrayiny, available at: <https://minfin.com.ua> (Accessed 05 sichnya 2018).
9. The Verkhovna Rada of Ukraine, available at: <http://zakon2.rada.gov.ua> (Accessed 25 sichnya 2018).
10. Ofitsiynny sayt PAT SK «AKhA Strakhuvannya», available at: <https://axa-ukraine.com> (Accessed 29 sichnya 2018).

Bilyk I.I.

*Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Marketing and Logistics,
Lviv Polytechnic National University*

Kosar N.S.

*Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Marketing and Logistics,
Lviv Polytechnic National University*

INNOVATIONS OF THE INSURANCE COMPANY'S MARKETING COMPLEX IN THE MARKET

There has been found negative tendencies in the Ukrainian insurance market that determined that searching non-standard approaches to doing business, quick responses to changes in market conditions, personalizing the approach to customer service are the basis of the competitive advantages of an insurance company in modern conditions. The necessity of introducing digital transformations and innovative digital technologies into the activity of insurance companies as a mechanism for strengthening their competitiveness in the market is determined. Based on the analysis of the economic situation in Ukraine, it is established that there is a decline in the activity of insurance companies. On the way of consolidating insurance services and implementing innovative approaches to the activities of insurance companies in Ukraine, there are not only economic but also legislatively unregulated, political, foreign economic obstacles, lack of appropriate infrastructure, lack of investors. It is determined that innovations in insurance are classified according to various features. Foreign and domestic experience in the field of implementing innovations in the complex of insurers marketing is analysed according to the benchmarking concept. One of the innovative forms of insurance activity is outsourcing. Topical today for insurance is the use of such service as crowdsourcing. The innovations recommended in this area include the use of "digital broker", "on-demand insurance", telematics with the involvement of the Internet, social networks, and cloud technologies. With the help of mobile insurance brokers, the insurer can compare existing insurance products, buy and sign a contract through an application on the smartphone. "On-demand insurance" provides insurance services for a short period of time – an hour, day or week – as needed. Insurance telematics is a promising direction in car insurance using the latest telematics devices and mobile applications, which is actively used in the world. By investing in IT infrastructure, IT security, and new online services, insurance companies will become reliable for shareholders, partners, customers, employees, and society, which will increase their competitiveness and, accordingly, improve financial performance.