

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Кафедра фінансів, банківського бізнесу та оподаткування

Магістерська робота

на тему «Інклюзивні інновації на страховому ринку України»

Виконала: студентка 6-го курсу, групи 601-ЕФ
Спеціальності

072 «Фінанси, банківська справа, страхування та
фондовий ринок»

за освітньо-професійною програмою «Фінанси,
банківська справа та страхування»

другого (магістерського) рівня вищої освіти

Колінчук Д.В.

Керівник: к.е.н., доцент Скриль В.В.

Рецензент: заступник начальника відділу
планових перевірок оподаткування фізичних осіб
управління оподаткування фізичних осіб ГУ ДПС
у Полтавській області, Лапа Є.С.

Засвідчую, що в цій роботі немає запозичень із
праць інших авторів без відповідних посилань

Колінчук Д.В. _____

Підтверджую достовірність даних, використаних
у роботі

Колінчук Д.В. _____

Полтава, 2025 року

АНОТАЦІЯ

Колінчук Д.В. «Інклюзивні інновації на страховому ринку України». Рукопис. Випускна робота на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок» за освітньо-професійною програмою «Фінанси, банківська справа та страхування» – Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», Полтава, 2025.

Робота містить 97 сторінок, 4 таблиці, 20 рисунків, список літератури з 70 джерел.

Ключові слова: інклюзія, інновації, страховий ринок, страхування.

Мета роботи – комплексне наукове дослідження сучасного стану та проблем розвитку інклюзивних інновацій на страховому ринку, визначення напрямів удосконалення інклюзивних інновацій на страховому ринку України.

Об'єктом дослідження є інклюзивні інновації на страховому ринку України.

Предметом дослідження є теоретичні концепції інклюзивних інновацій, що проявляються на практиці формування страхового ринку в Україні.

У випускній роботі розглянуто поняття та значення інклюзивних інновацій у страховій діяльності, огляд світового досвіду інклюзивних інновацій на страховому ринку, особливості та передумови розвитку інклюзивних інновацій на ринку страхування України, здійснено оцінку поточного стану впровадження інклюзивних інновацій на страховому ринку України, проаналізовано основні проблеми та бар'єри для розвитку інклюзивних інновацій у страхуванні, досліджено вплив економічних та соціальних факторів на розвиток інклюзивного страхування в Україні, запропоновано стратегії стимулювання розвитку інклюзивних інновацій у страховій галузі, надано рекомендації щодо вдосконалення практики інклюзивного страхування для умов України.

SUMMARY

Kolinchuk D.V. "Inclusive Innovations in the Insurance Market of Ukraine". Manuscript. Graduation thesis for the second (master's) level of higher education in specialty 072 "Finance, Banking, Insurance and Stock Market" under the educational and professional program "Finance, Banking and Insurance" – National University "Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic", Poltava, 2025.

The work consists of 97 pages, 4 tables, 20 figures, a list of references with 70 sources.

Keywords: inclusion, innovation, insurance market, insurance.

The purpose of the work – comprehensive scientific research into the current state and problems of development of inclusive innovations in the insurance market, identification of areas for improving inclusive innovations in the insurance market of Ukraine.

The object of the study is inclusive innovations in the insurance market of Ukraine.

The subject of research is the theoretical concepts of inclusive innovations that are manifested in the practice of forming the insurance market in Ukraine.

In the graduation thesis, concept and meaning of inclusive innovations in insurance activities, reviews the world experience of inclusive innovations in the insurance market, the features and prerequisites for the development of inclusive innovations in the insurance market of Ukraine, assesses the current state of implementation of inclusive innovations in the insurance market of Ukraine, analyzes the main problems and barriers to the development of inclusive innovations in insurance, investigates the influence of economic and social factors on the development of inclusive insurance in Ukraine, proposes strategies for stimulating the development of inclusive innovations in the insurance industry, and provides recommendations for improving the practice of inclusive insurance for the conditions of Ukraine.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНКЛЮЗИВНИХ ІННОВАЦІЙ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ	7
1.1. Поняття та значення інклюзивних інновацій у страховій діяльності... 7	7
1.2. Огляд світового досвіду інклюзивних інновацій на страховому ринку.....	15
1.3. Особливості та передумови розвитку інклюзивних інновацій на ринку страхування України.....	21
Висновки до розділу 1	26
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНИХ ІННОВАЦІЙ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	28
2.1. Оцінка поточного стану впровадження інклюзивних інновацій на страховому ринку України	28
2.2. Аналіз основних проблем та бар'єрів для розвитку інклюзивних інновацій у страхуванні	42
2.3. Дослідження впливу економічних та соціальних факторів на розвиток інклюзивного страхування в Україні	53
Висновки до розділу 2	64
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНКЛЮЗИВНИХ ІННОВАЦІЙ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	66
3.1. Стратегії стимулювання розвитку інклюзивних інновацій у страховій галузі.....	66
3.2. Рекомендації щодо вдосконалення практики інклюзивного страхування для умов України.....	85
Висновки до розділу 3	90
ВИСНОВКИ.....	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	97

	№ докум.	Підпис	Дата	МР	601-ЕФ	11394099		
Розроб.	Колінчук Д.В.			<i>Інклюзивні інновації на страховому ринку України</i>	Літ.	Арк.	Аркушів	
Перевір.	Скриль В.В.				70	3	97	
Н. Контр.	Скриль В.В.				Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» Кафедра фінансів, банківського бізнесу та оподаткування			
Затверд.	Свистун Л.А.							

ВСТУП

У контексті сучасних економічних викликів, що характеризуються високим рівнем невизначеності та ризиків, страхування виступає ефективним інструментом для збереження фінансової стабільності як юридичних, так і фізичних осіб, дозволяючи їм мінімізувати наслідки настання небажаних подій. Інклюзивність є фундаментальною для розвитку страхового ринку, оскільки дозволяє забезпечити фінансову безпеку всім членам суспільства. Забезпечення страховими послугами всіх верств населення є ключовим фактором для розвитку стабільного та процвітаючого страхового ринку. Інклюзивність на страховому ринку означає не лише доступність страхових продуктів для всіх, але й їхню гнучку адаптацію до індивідуальних потреб кожного клієнта, що сприяє соціальній інтеграції та підвищенню задоволеності споживачів.

Видатні науковці С. Аденіджі, Б. Адеойе, К. Ануфрієва, А. Аткинсон, М. Ахамед, О. Вінницька, М. Войчук, А. Деміргук-Кунт, Е. Ейве, Д. Зінгер, Н. Захарченко, Л. Клаппер, Т. Корнієнко, К. Краус, Н. Краус, С. Маллік Ф. Мессі, Д. Окороафор, Е. Оланій, Г. Поченчук, Л. Чвертко, А. Шкляр та багато інших зробили неоціненний внесок у розробку теоретичних засад та практичних інструментів для впровадження інклюзивних підходів як в економіці загалом, так і у фінансовому секторі зокрема. Їхні дослідження стали основою для формування інклюзивних політик та стратегій розвитку в багатьох країнах світу.

Т. Лал, В. Мінкович, І. Саврас, М. Тимчак, Р. Юринець та інші науковці присвятили свої дослідження глибокому аналізу теоретичних основ страхування та розробці практичних рішень для підвищення ефективності страхового бізнесу.

Незважаючи на значний обсяг наукових досліджень, тема інклюзії на страховому ринку все ще потребує подальшого вивчення, відкриваючи широкі перспективи для розробки нових рішень та глибокого розуміння існуючих проблем. Це має фундаментальне значення для розробки державної політики, спрямованої на створення сприятливого середовища для розвитку фінансового

ринку, підвищення рівня фінансової грамотності населення, розширення доступу до страхових послуг та, як наслідок, покращення його добробуту та якості життя.

Метою роботи є комплексне наукове дослідження сучасного стану та проблем розвитку інклюзивних інновацій на страховому ринку, визначення напрямів удосконалення інклюзивних інновацій на страховому ринку України.

Для досягнення поставленої мети було визначено наступні завдання:

- дослідити поняття та значення інклюзивних інновацій у страховій діяльності;
- провести огляд світового досвіду інклюзивних інновацій на страховому ринку;
- охарактеризувати особливості та передумови розвитку інклюзивних інновацій на ринку страхування України;
- здійснити оцінку поточного стану впровадження інклюзивних інновацій на страховому ринку України;
- проаналізувати основні проблеми та бар'єри для розвитку інклюзивних інновацій у страхуванні;
- дослідити вплив економічних та соціальних факторів на розвиток інклюзивного страхування в Україні;
- визначити стратегії стимулювання розвитку інклюзивних інновацій у страховій галузі;
- надати рекомендації щодо вдосконалення практики інклюзивного страхування для умов України.

Об'єктом дослідження виступають інклюзивні інновації на страховому ринку. Предметом дослідження є теоретичні концепції інклюзивних інновацій, що проявляються на практиці формування страхового ринку в Україні.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження було використано широкий спектр методів, включаючи діалектичний метод для теоретичного аналізу, формально-логічні методи для кількісної оцінки, системний підхід для виявлення взаємозв'язків та графічний метод для візуалізації результатів.

Інформаційною основою дослідження слугують дані, отримані з різних джерел: нормативно-правові акти України, статистичні дані Державної служби статистики та Національного банку України, теоретичні розробки вітчизняних та зарубіжних вчених у галузі фінансів, страхування та економіки, а також офіційні публікації міжнародних фінансових інституцій, таких як Світовий банк, ОЕСР та МВФ. Цей комплексний підхід дозволяє забезпечити репрезентативність та достовірність отриманих результатів.

Отримані результати мають високу практичну цінність, оскільки вони дозволяють оцінити, наскільки ефективно страховий ринок адаптується до нових умов за рахунок інновацій, що є важливим для розробки стратегій його подальшого розвитку. Окрім цього, дослідження присвячено аналізу того, як концепція інклюзивності впливає на надання страхових послуг малозабезпеченим верствам населення та мешканцям віддалених регіонів.

Практичне значення отриманих результатів. У роботі представлено детальний аналіз сучасного стану інклюзивного страхування в Україні та запропоновано конкретні стратегії та рекомендації для його розвитку. Зокрема, розглядаються питання стимулювання інноваційних процесів, розширення доступу до страхових послуг для малозабезпечених верств населення та мешканців віддалених регіонів, а також вдосконалення нормативно-правової бази. Результати дослідження можуть бути використані для розробки програм та заходів, спрямованих на підвищення рівня життя населення та забезпечення соціальної захищеності всіх верств населення шляхом розширення доступу до страхових послуг.

Структура роботи. Магістерська робота складається з вступу, трьох розділів із відповідними підрозділами, висновку та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 97 сторінок, у тому числі 20 рисунків і 4 таблиці. Список використаних джерел складається з 70 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНКЛЮЗИВНИХ ІННОВАЦІЙ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

1.1. Поняття та значення інклюзивних інновацій у страховій діяльності

Інклюзивність стала одним з найважливіших трендів сучасного світу, і страховий ринок не є винятком. Інновації допомагають зробити страхові послуги доступними для всіх. Інклюзивні інновації в страхуванні часто спрямовані на задоволення потреб найбільш вразливих груп населення, що може не завжди призводити до швидкого економічного ефекту. Однак, такі інновації мають велике соціальне значення і сприяють створенню більш справедливого суспільства [5].

Незважаючи на позитивні аспекти, інновації в страхуванні можуть призводити до цифрового розриву та обмежувати доступ до страхових послуг для певних груп населення, особливо для людей похилого віку або з низьким рівнем доходу. Ідея створення страхових продуктів, доступних для всіх, незалежно від соціального статусу чи фізичних можливостей, набуває все більшої популярності. Інклюзивність стає пріоритетом для страхового сектору, який прагне забезпечити доступ до страхових послуг для всіх верств населення.

Термін «інклюзія», який увійшов в українську мову з кінця ХХ століття, сьогодні широко використовується для позначення процесу залучення всіх членів суспільства до повноцінного життя. Інклюзія – це процес, який передбачає не лише формальну участь особи в діяльності, а й її активну залученість, інтерес та досягнення поставлених цілей. Ступінь залученості людини до діяльності та її включеність у різноманітні процеси можуть варіюватися залежно від конкретних обставин та вимог середовища [17].

Розуміння того, що інновації повинні бути спрямовані на задоволення потреб всіх верств населення, стало загальноприйнятим у страховому секторі.

Інновації в страхуванні все більше сприймаються як засіб для вирішення соціальних проблем та створення більш справедливого суспільства, де кожен має доступ до фінансової безпеки. Інновації в страхуванні включають в себе розробку нових технологічних рішень та соціальних програм, які дозволяють подолати бар'єри для доступу до страхових послуг для вразливих груп населення. Інклюзивні інновації в страхуванні дозволяють створити більш справедливе суспільство, де кожен має можливість захистити себе від ризиків.

Експерти все частіше акцентують увагу на тому, що інновації в страхуванні повинні бути спрямовані на створення більш інклюзивного суспільства, і пропонують різні підходи до реалізації цієї мети. В контексті страхового ринку інновації розглядаються як комплексний процес створення та впровадження нових продуктів, послуг, технологій та бізнес-моделей, які здатні змінити як внутрішні процеси компаній, так і взаємовідносини з клієнтами, а також сприяти розвитку всього страхового сектору. Інновації дозволяють розробляти нові страхові рішення, які можуть задовольнити потреби навіть тих клієнтів, які раніше були недоступні для традиційного страхового ринку. Інновації в страхуванні можуть сприяти розвитку нових моделей взаємодії між страховими компаніями та клієнтами, що дозволить створити більш персоналізовані та доступні страхові продукти (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Визначення поняття «інновації» в контексті страхування провідними вченими та фахівцями

Автор	Визначення
1	2
Й. Шумпетер	Інновації – це впровадження нових або значно покращених продуктів, послуг, процесів чи бізнес-моделей, які сприяють підвищенню ефективності страхових операцій або збільшенню їхньої цінності для клієнтів.
М. Дж. Міллер	Інновації – це створення нових страхових продуктів або вдосконалення існуючих, з метою кращого управління ризиками та задоволення змінюваних потреб споживачів.
О. М. Богомолов	Інновації – це процес впровадження нових технологій, інструментів і підходів, які дозволяють підвищити ефективність страхових компаній та забезпечити клієнтам більш якісні і доступні страхові послуги.

Продовження табл. 1.1

1	2
Міністерство фінансів Великобританії	Інновації – це розробка нових страхових продуктів, які відповідають сучасним викликам та ризикам, а також впровадження цифрових рішень для покращення клієнтського досвіду та оптимізації операційних процесів.
Т. В. Громико	Інновації – це використання новітніх технологій, таких як big data, штучний інтелект та блокчейн, для створення нових продуктів, поліпшення процесів андеррайтингу, врегулювання збитків та підвищення прозорості взаємовідносин з клієнтами.
К. Л. Александер	Інновації – це застосування нових методів управління ризиками, персоналізації страхових продуктів та впровадження цифрових платформ, які дозволяють створювати більш адаптивні та інтерактивні страхові послуги.
Європейський страховий альянс	Інновації – це процес інтеграції нових технологій і підходів для поліпшення управління ризиками, підвищення клієнтської задоволеності та забезпечення більшої гнучкості страхових продуктів в умовах мінливого середовища.

Підсумовуючи, інновації в страхуванні – це багатогранний процес, який охоплює створення, впровадження та розвиток нових технологій, продуктів або послуг, спрямованих на покращення ефективності роботи компаній, задоволення потреб клієнтів та вирішення соціальних проблем. Цей процес дозволяє створювати страхові продукти та послуги, які відповідають потребам різних верств населення, сприяючи соціальній справедливості та інклюзивності.

Розвиток інклюзивних інновацій свідчить про те, що страховий ринок стає більш динамічним та орієнтованим на клієнта. Інновації в страхуванні, особливо інклюзивні, мають на меті забезпечити економічний прогрес шляхом підвищення ефективності страхового сектору та одночасно сприяти соціальному добробуту, надаючи доступ до страхових послуг всім, хто в них потребує. Інклюзивні інновації покликані мінімізувати ризики посилення соціальної нерівності, оскільки вони спрямовані на забезпечення рівного доступу до страхових послуг для всіх верств населення [24].

Маргіналізовані групи населення часто мають обмежений доступ до фінансових послуг, у тому числі до страхування. Інклюзивні інновації можуть допомогти подолати цей бар'єр, забезпечивши розробку таких страхових продуктів і послуг, які будуть відповідати їхнім потребам та можливостям.

Інклюзивні інновації покликані забезпечити, щоб кожна людина, незалежно від її фінансового стану, могла отримати необхідний страховий захист. Для створення дійсно інклюзивних страхових рішень необхідно будувати партнерські відносини з молодіжними організаціями, об'єднаннями людей з інвалідністю та громадами віддалених регіонів. Такий підхід дозволяє цим групам не лише отримувати страхові послуги, а й безпосередньо впливати на їхню форму та зміст, що сприяє підвищенню їхньої фінансової грамотності та самостійності.

Інклюзивні інновації у страхуванні спрямовані на створення такого середовища, де кожна людина, незалежно від її соціального статусу та фінансових можливостей, має доступ до якісних страхових послуг, що дозволяє їй почуватися впевнено і брати активну участь у соціально-економічному житті. Мова йде про осіб, чиї життєві цінності та вибори можуть відрізнитися від загальноприйнятих, проте вони не порушують жодних правових норм. Інклюзивні інновації покликані зменшити розрив між багатими та бідними, дати можливість кожній людині брати участь у прийнятті рішень, що впливають на її життя, та дбати про спільне майбутнє нашої планети [46].

Завдяки дослідженням різних вчених ми можемо систематизувати знання про інклюзивні інновації та визначити їх ключові характеристики (табл. 1.2).

Різноманітність інновацій робить їх незамінним інструментом для подолання економічних викликів та забезпечення сталого розвитку. Вони використовуються в усіх галузях виробництва та послуг. Завдяки прогресивним рішенням можна суттєво підвищити продуктивність як окремих підприємств, так і всієї економіки країни. Інновації є рушійною силою розвитку ринку, оскільки дозволяють створювати нові продукти та послуги, а також адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Нові ідеї та технології відкривають для компаній нові можливості для зростання та розвитку на міжнародному рівні.

Таблиця 1.2

Класифікаційні ознаки інклюзивних інновацій

Класифікаційна ознака	Зміст
Рівень новизни інклюзивних інновацій	Абсолютна новизна Відносна новизна Умовна новизна Суб'єктивна новизна
Масштаб новизни інклюзивних інновацій	Інновації, нові у світовому масштабі Інновації, нові в країні Інновації, нові для галузі в країні Інновації, нові для підприємства
Характер інклюзивних інновацій	Технологічні Виробничі Організаційні Торговельні Управлінські Економічні Соціальні
Ступінь ризику запровадження	Малоризикові Середньоризикові Ризикові
Сфера застосування інклюзивних інновацій	Науково-технічна Виробнича Соціально-культурна Адміністративна Сфера споживання
Форма інклюзивних інновацій	Відкриття, винаходи, патенти Раціоналізаторські пропозиції Ноу-хау Товарні знаки, торговельні марки Нові документи, що описують технологічні, виробничі, управлінські процеси, структури, методи
Вид ефекту від запровадження інклюзивних інновацій	Економічний Екологічний Науково-технічний Соціальний Інтегральний
Темпи здійснення інклюзивних інновацій	Швидкі Уповільнені Наростаючі Рівномірні Стрибкоподібні

Інклюзивні інновації – це багатогранне явище, яке охоплює всі сфери людської діяльності. Вони не обмежуються лише економічними аспектами, а впливають на соціальні, культурні та екологічні процеси. Зокрема, страхова діяльність є важливим компонентом інклюзивних інновацій, оскільки вона

забезпечує фінансову стабільність, соціальний захист та ефективне управління ризиками для всіх верств населення.

Сучасні реалії підтверджують, що інновації в страхуванні є критично важливими для розвитку галузі, оскільки вони дозволяють розробити страхові продукти, які відповідають потребам найбільш вразливих верств населення та забезпечують їх фінансову безпеку. Інновації сприяють тому, щоб страхування стало соціально справедливим інструментом, який дозволяє захистити інтереси всіх груп населення, незалежно від їхнього соціального статусу та місця проживання. Завдяки цим досягненням страховий сектор стає більш справедливим та стабільним, оскільки він враховує різноманітні потреби клієнтів, підвищуючи таким чином якість їхнього життя та ефективно знижуючи ризики, з якими вони стикаються. Цей шлях є критично важливим для України, оскільки він дозволить подолати численні виклики, пов'язані зі збройним конфліктом, економічною нестабільністю, низьким рівнем фінансової грамотності серед населення та нерівним доступом до різноманітних послуг [53].

Для того, щоб інклюзивні інновації мали реальний вплив, вони повинні бути не лише інноваційними, але й фінансово доступними для широкого кола споживачів. Незважаючи на зростання інтересу до страхування, станом на 2023 рік лише 15% українців мають повний страховий захист, що свідчить про наявність значних прогалин у системі страхування. Інклюзивні продукти, такі як мікрострахування, надають можливість домогосподарствам із середнім рівнем доходу отримати доступ до фінансових інструментів, які допомагають забезпечити їхню фінансову стабільність та сприяють розвитку ринків фінансових послуг. Зокрема, малозабезпечені домогосподарства отримують доступ до страхових полісів, які передбачають регулярні виплати в розмірі 100-200 гривень, що дозволяє їм поступово накопичувати кошти та забезпечувати себе фінансовою подушкою безпеки.

Використання цифрових платформ є невід'ємною частиною цього процесу, оскільки вони дозволяють автоматизувати багато процесів та покращити якість послуг. Станом на 2023 рік спостерігається значне зростання

кількості українців, які обирають онлайн-покупку страхових полісів, порівняно з попереднім роком. Нові технології дають змогу значно спростити процедури розірвання договорів та вибору постачальників комунальних послуг. Завдяки різноманітним онлайн-платформам, таким як фінансові гарячі лінії та мобільні додатки, споживачі мають змогу оперативно оформити необхідні страхові поліси, зокрема обов'язкове автоцивільне страхування, медичне страхування та страхування подорожей [37].

Особливу увагу в контексті інклюзивних інновацій варто приділяти потребам вразливих груп населення, забезпечуючи їм доступ до нових технологій та послуг. Нові реалії в Україні вимагають від страхових компаній розширення спектру послуг та розробки страхових продуктів, що відповідають потребам таких груп як:

- внутрішньо переміщених осіб (ВПО) – станом на 2024 рік кількість внутрішньо переміщених осіб в Україні перевищила 5 мільйонів. З метою забезпечення соціального захисту цієї категорії населення були розроблені спеціальні страхові програми, які включають страхування майна на короткий термін та медичне страхування, що передбачає, зокрема, психологічну допомогу;

- аграрії – більше половини українських фермерів не застраховані, що робить їх вразливими до різних ризиків. Проте, деякі страхові компанії, зокрема АСКА та Оранта, намагаються змінити цю ситуацію, впроваджуючи інноваційні програми агрострахування на основі супутникових даних.

Впровадження інноваційних рішень сприяє зниженню вартості страхування, роблячи його більш доступним для широкого кола споживачів. Завдяки використанню великих даних (Big Data) страхові компанії здатні точніше оцінювати ризики, що дозволяє їм пропонувати клієнтам більш персоналізовані та економічно вигідні страхові продукти. Наприклад, аналіз геоданих дозволяє швидко оцінити стан будівель або визначити рівень ризику для автомобілів у конкретних регіонах. Такий підхід істотно скорочує витрати, пов'язані з традиційними методами оцінки, оскільки мінімізує необхідність у трудомістких та ресурсозатратних оглядах.

Розглянемо практичні приклади інклюзивних інновацій, які вже реалізуються українськими страховими компаніями.

1. Мікрострашування для фермерів – з 2020 року в Україні активно розвивається сегмент мікрострашування для фермерів. Ці програми охоплюють широкий спектр ризиків, включаючи втрати врожаю та загибель худоби. Більше 10 тисяч дрібних фермерських господарств, які раніше не мали доступу до традиційних страхових послуг через їхню високу вартість, отримали можливість захистити свій бізнес завдяки спеціальним програмам підтримки. Завдяки державно-приватному партнерству, страхування врожаю стало доступним для широкого кола фермерів. Зокрема, вартість страхового полісу знизилась до 0,5% від вартості посівів.

2. Медичне страхування для ВПО – завдяки програмам медичного страхування, впровадженим у 2023 році, понад 1,2 мільйона внутрішньо переміщених осіб отримали можливість безоплатно користуватися основними видами медичної допомоги. Цей продукт унікальний тим, що він покриває витрати на консультації психологів та необхідні медикаменти для лікування посттравматичного стресового розладу.

3. Автоматизовані сервіси – у 2023 році український страховий ринок зробив значний крок вперед, впровадивши інноваційні технології. Зокрема, такі лідери галузі, як ARX та UNIKA, запустили сервіси, що базуються на штучному інтелекті. Наприклад, завдяки впровадженню технології розпізнавання зображень, оцінка збитків після ДТП стала значно швидшою. Тепер достатньо завантажити фото пошкоджень у мобільний додаток, і система автоматично визначить масштаб збитків, скоротивши час обробки на 40%.

4. Програми страхування для військових та їхніх сімей – страхові поліси для військовослужбовців та їхніх сімей передбачають компенсацію витрат на відновлення здоров'я після поранень, зокрема на реабілітацію, протезування та медичне лікування. Розроблені за підтримки міжнародних донорів, ці програми забезпечили допомогу близько 300 тисячам осіб.

Поява нових страхових продуктів не лише збільшила кількість клієнтів страхових компаній, але й суттєво змінила ландшафт страхового ринку. Активне зростання кількості застрахованих осіб (з 12% до 18%), високий рівень цифровізації (понад 40% полісів оформлюється онлайн) та підвищення довіри до страхових компаній (з 28% до 41%) свідчать про успішну трансформацію страхового сектору в Україні. Ці зміни сприяють стабілізації фінансового становища населення та бізнесу, а також сприяють розвитку економіки в цілому.

Інклюзивні інновації враховують різноманітні потреби та особливості різних груп населення. Завдяки впровадженню сучасних технологій та розробці страхових продуктів, адаптованих до потреб різних верств населення, страхові компанії активно сприяють зменшенню соціальної нерівності та розширенню фінансової доступності. У майбутньому необхідно продовжувати зосереджуватися на розвитку мікростраховання, вдосконаленні цифрових інструментів та адаптації наших пропозицій до мінливих потреб суспільства.

1.2. Огляд світового досвіду інклюзивних інновацій на страховому ринку

Належне управління ризиками, в тому числі страхуванням, відіграє ключову роль в економічному розвитку. Страхові рішення, спрямовані на задоволення конкретних потреб споживачів з низьким рівнем доходу, а також мікро- та малих і середніх підприємств, мають потенціал для підвищення стійкості та підтримки сталого зростання з точки зору доходів і добробуту.

Концепція мікростраховання, або інклюзивного страхування, як його частіше називають, привертає все більший інтерес, особливо в країнах, що розвиваються в Латинській Америці, Азії та Африці. Однак інклюзивне страхування все ще перебуває в зародковому стані в 31 країні регіону СЕЕТ і не є головним пріоритетом для ключових зацікавлених сторін, включаючи страхову галузь та наглядові органи. Страхові ринки в регіоні дуже різноманітні за своїм розміром, концентрацією та рівнем зрілості – проникнення страхування

коливається від 0,75% у Вірменії до 5% у Словенії. Загалом проникнення страхування в регіоні оцінюється втричі нижче, ніж у середньому по Європейському Союзу [48].

У страховій галузі СЕЕТ домінує сектор, не пов'язаний з життям. Страхування життя відіграє менш значну роль і все ще досить нерозвинене, за винятком кількох юрисдикцій ЄС. Автострахування залишається основним сегментом бізнесу в Центральній та Східній Європі, на який припадає 53,4% премій зі страхування non-life. У сукупності на п'ять найбільших ринків регіону припадає близько трьох чвертей регіонального бізнесу, не пов'язаного з життям. Жодна з 31 країн регіону СЕЕТ не має спеціального регулювання інклюзивного страхування або встановленого визначення мікрострахування/інклюзивного страхування.

Однак продукція, призначена для задоволення потреб ринків з низьким рівнем доходу, доступна в 11 країнах, а сільське господарство – у восьми країнах (табл. 1.3). Це особливо цікаво, оскільки в мікрострахуванні зазвичай переважає кредитне життя. Маючи майже 40%, страхові агенти складають найбільшу частку регіонального валового обсягу письмових премій. На веб-дистрибуцію (інтернет) припадає лише 2%.

Таблиця 1.3

Тип інклюзивного страхування/мікрострахування та кількість юрисдикцій

Вид продукції	Кількість країн, де доступна ця страховка
Сільське господарство/Кліматичні ризики (включаючи індексне страхування)	8
Власність	5
Здоров'я	3
Аварія	3
Життя	2
Кредитний термін служби	2
Смерть/Похорон	1

Розробка національної стратегії фінансової інклюзії є важливим кроком для інклюзивного страхування. Приклади Філіппін та Замбії показують, що спільні зусилля страхової галузі, донорів та наглядових органів можуть прискорити розвиток ринку. Однак, згідно з дослідженням, з 31 країни регіону

лише три (Албанія, Казахстан та Литва) планують розробляти або вже прагнули розробити стратегію інклюзивного страхового ринку, тоді як ще 10 розробили NFIS.

Управління кліматичними ризиками набуває все більшого значення, оскільки дохід від сільського господарства все ще відіграє важливу роль для багатьох країн регіону. На аграрний сектор припадає понад 12% загального експорту в Північній Македонії та понад 19% у Сербії. В обох країнах майже кожне шосте робоче місце припадає на сільськогосподарський сектор. Разом з тим, відсутня усталена «культура страхування» і одним з головних бар'єрів на шляху її розвитку є пряма компенсація ex-post з державних джерел, виходячи з політичних пріоритетів. Втрати від державних платежів поступаються в порівнянні з ефективністю, швидкістю і більш дешевим сервісом, пропонованим страховкою. У той же час страховики в регіоні все ще тягнуться до плодів, що низько висять. Однак експерти сходяться на думці, що субсидування сільськогосподарського страхування допомогло б підвищити його доступність.

Крім того, за словами Грузинської страхової асоціації, кваліфіковане управління претензіями та достовірні дані залишаються ключовим викликом у наданні рішень для агрострахування. Надійне сприятливе регуляторне середовище разом із відповідною освітою було б важливим кроком на шляху розвитку ринку. У світлі невеликого розміру багатьох країн регіону досягнення масштабу з одночасним скороченням витрат залишається серйозною проблемою. Гармонізація нормативно-правових актів, а також розвиток страхових пулів і навіть багатонаціональних підходів дозволили б продавати один і той же продукт в різних країнах для досягнення масштабу [29].

Нещодавня пандемія прискорила цифровізацію в усіх сферах, включаючи дистрибуцію, управління претензіями та взаємодію з клієнтами. Однак страхування залишається продуктом, який потребує роз'яснень і все ще складний для розуміння, особливо для тих, хто раніше ніколи не був застрахований. Цифрова трансформація інклюзивного страхування вимагає комплексного підходу, який включає наявність правильних продуктів, які

створюють цінність для клієнта, врахування точки зору споживача при створенні цифрових додатків, щоб зробити їх простими у використанні, «цифровий» підхід до регулювання, доступність даних та інвестиції в освіту. Результати опитування, проведеного в Болгарії, чітко показують, що вищий рівень страхової грамотності призводить до підвищення довіри до страхування та його використання. Мова, що використовується, повинна бути адаптована до цільової аудиторії, що також може бути частиною регулювання захисту прав споживачів, як показує приклад з Південної Африки.

Захист людей та майна є ключовим компонентом сталого розвитку. За відсутності будь-якого офіційного механізму захисту, стикаючись із ризикованими подіями, люди з низькими доходами зазвичай покладаються на неформальні механізми подолання труднощів для відновлення. Без ефективного страхування малоймовірно, що сталий розвиток коли-небудь стане посправжньому досяжним [14].

Інклюзивне страхування може стати безпрограшною ситуацією для споживачів, страхової галузі, уряду та суспільства в регіоні СЕЕТ, водночас забезпечуючи стійкість та стійке економічне зростання. Ключовим моментом є підвищення обізнаності про страхування та, зрештою, створення страхової культури. Страхування для малозабезпечених і недостатньо забезпечених людей все ще знаходиться в зародковому стані в регіоні, але деякі страховики, а також контролюючі органи виявляють інтерес до вивчення можливостей для подальшого розвитку ринку. Регулюючі органи повинні взяти на себе завдання бути динамічними та відкритими для інновацій, а також розсудливими при розробці регуляторного середовища для інклюзивного страхування. З огляду на зростаючу кількість серйозних стихійних лих, уряди повинні визнати роль страхової галузі з точки зору надання ефективних інструментів управління ризиками та інвестувати в державно-приватне партнерство, а також міжнародне співробітництво. Цифровізація має потенціал для підвищення доступності, що все ще залишається одним із ключових критеріїв для прийняття страхових

послуг. Але найголовніше те, що страхування має бути адаптоване до потреб клієнта, щоб створювати цінність.

Динамічна адаптація передових технологій, нових цифрових сервісів та додатків є невід'ємною частиною нашого діджиталізованого світу. Кіберзлочинці та інші зловмисники користуються зростаючими взаємозалежностями та взаємозв'язками, які створюються. У цьому контексті кіберстрахування стало невід'ємною частиною управління ризиками, але воно вимагає більшого внеску всіх зацікавлених сторін у суспільство.

Цифровізація докорінно змінює економіку та суспільство, про що свідчить глобальне впровадження технології генеративного штучного інтелекту. Вона стимулює інновації, продуктивність та економічне зростання, а також впливає на політичну участь. На думку глобальних керівників, які беруть участь у Мюнхенському огляді кіберризиків та страхування 2023 року, найактуальнішими технологіями в найближчі два роки стануть штучний інтелект та хмарні обчислення. Проте, незважаючи на те, що всі приймають цифровізацію та її швидку адаптацію, також зростає занепокоєння щодо зростання ризиків: 38% опитаних керівників у всьому світі «стурбовані», а 34% навіть «надзвичайно стурбовані» потенційною кібератакою. У світлі цього більш ніж дивно, що опитані керівники компаній не впевнені в тому, що їхні компанії належним чином захищаються від таких атак [8].

Програми-вимагачі, компрометація ділової електронної пошти (BEC) і витоки даних залишаються основними факторами втрат для власників ризиків і кіберстраховиків. На думку експертів Munich Re, на ці ключові чинники втрат також вплинуть подвійне використання штучного інтелекту, критичність і вразливість ланцюжків поставок, а також напружена геополітична ситуація, яка формується війнами та поглибленням конфліктів.

За оцінками Munich Re, світовий ринок кіберстрахування досяг 14 мільярдів доларів США у 2023 році та зросте приблизно до 29 мільярдів доларів США до 2027 року. На додаток до цифрової трансформації та посилення технологічної взаємозалежності, значний потенціал зростання буде зумовлений,

зокрема, підвищенням вимог до звітності та нормативних актів, які виходять за рамки законів про захист даних, а також зростаючою відповідальністю осіб, які приймають рішення. Крім того, руйнівні та дорогі кібератаки, особливо проти колег по галузі або навіть власної компанії, ще більше підвищать обізнаність. Нарешті, вимоги до кібербезпеки будуть встановлюватися не тільки законодавством, а й впливати з потреб ланцюжків поставок, бізнес-партнерів або кінцевих споживачів.

Незважаючи на ці можливості та позитивні перспективи для ринку кіберстрахування, страховики також зіткнуться з викликами. Одним з них, безумовно, є поліпшення відносно низької швидкості проникнення. Розрив між економічними втратами та страховими збитками все ще занадто великий, враховуючи надзвичайно динамічний ландшафт загроз. Передача ризиків з відповідним покриттям та обслуговуванням залишається ключовим елементом для захисту цифрових активів та підвищення стійкості економіки та суспільства. У той же час пропозиції, на які розраховують власники ризиків, повинні бути стійкими. Тому природні межі ризикової здатності страхової галузі повинні бути чітко визначені. Дійсно, катастрофічні системні події, такі як кібервійна або вихід з ладу критичної інфраструктури, не можуть бути змодельовані і потенційно можуть перевищити можливості кіберстраховиків або взагалі страхового сектору в цілому [50].

Оскільки такі сценарії становлять загрозу політичній, соціальній та макроекономічній стабільності, залучення урядів до управління цими потенційно катастрофічними кіберризиками є необхідним для швидкої побудови ефективного та проактивного економічного захисту, у тому числі від катастрофічних кіберподій. Мюнхен Ре є активним прихильником ефективного державно-приватного партнерства як запобіжного заходу останньої інстанції. Перспективні діалоги про «урядові зазори» для катастрофічних подій вже розпочалися. Завдяки моделюванню накопичення та кількісній оцінці ризиків серед своїх основних компетенцій, Munich Re допоможе забезпечити уряди відповідними знаннями. Окрім належної внутрішньої експертизи, така співпраця

за участю багатьох зацікавлених сторін також буде необхідною для використання можливостей, які пропонують технології та цифровізація та обмеження пов'язаних з ними ризиків.

Цифрова трансформація є рушійною силою розвитку європейського страхового ринку. Особливу увагу приділяють кіберстрахуванню, яке стає все більш актуальним у зв'язку зі зростанням кіберзагроз. Хоча цифрові інновації відкривають нові можливості, вони також створюють нові ризики. Тому європейські країни активно працюють над розробкою інклюзивних страхових продуктів, які б забезпечили захист як фізичних, так і цифрових активів громадян та бізнесу.

Хоча Україна демонструє зростаючу потребу в інклюзивному страхуванні, особливо в аграрному секторі, який зазнає значних кліматичних ризиків, рівень розвитку цифрової інфраструктури та кібербезпеки в українському агрострахуванні відстає від європейських стандартів. Це пов'язано з поточною геополітичною ситуацією та необхідністю адаптації до нових викликів.

1.3. Особливості та передумови розвитку інклюзивних інновацій на ринку страхування України

Страхування відіграє ключову роль у забезпеченні фінансової стійкості країни, захищаючи як окремих громадян, так і цілі галузі економіки від непередбачених ризиків. Інклюзивність стає ключовим принципом розвитку страхового сектору, що означає забезпечення рівного доступу до страхових послуг для всіх верств населення, незалежно від їхнього соціального статусу, місця проживання чи фінансових можливостей. Поєднання інноваційних технологій та соціальної відповідальності стало рушійною силою розвитку сучасного страхового ринку, спрямованого на задоволення потреб усіх верств населення [22].

Головними передумовами розвитку інклюзивних інновацій є:

– соціально-економічні виклики – значна частина українців не може скористатися перевагами страхування через низькі доходи, відсутність інформації про страхові продукти та обмежений доступ до страхових агентів. За таких умов пріоритетним завданням стає розробка та впровадження страхових продуктів, які відповідають потребам різних верств населення і є фінансово доступними. Особливої важливості набувають ініціативи, які сприяють покращенню здоров'я людей та створенню умов для стабільного життя;

– розвиток цифрових технологій – швидке впровадження цифрових інструментів, таких як мобільні додатки та штучний інтелект, суттєво спростило процес взаємодії між клієнтами та страховими компаніями, зробивши його більш доступним та зручним. Такий підхід дозволяє усунути бар'єри, які раніше перешкоджали доступу до страхових послуг для певних категорій населення, таких як сільські жителі та люди з інвалідністю;

– зміни у законодавстві та підтримка держави – державна політика спрямована на створення інклюзивного страхового ринку, де кожен має можливість отримати необхідний захист. Ініціативи, спрямовані на забезпечення соціального захисту та фінансової доступності для людей з інвалідністю, створюють сприятливий клімат для розробки інноваційних страхових продуктів, які відповідають їхнім потребам;

– зростання попиту на страхові послуги – підвищення рівня фінансової грамотності супроводжується зростанням довіри до інститутів фінансового ринку, зокрема до страхових компаній. Доступність страхових продуктів стає все більш важливим критерієм при виборі страхової компанії.

Інклюзивні інновації в страхуванні в Україні мають на меті подолати бар'єри, які заважають різним групам населення користуватися страховими послугами, такими як низький дохід, місце проживання у віддалених регіонах або обмежені фізичні можливості. Одним з основних напрямків є надання допомоги соціально вразливим верствам населення, зокрема малозабезпеченим громадянам, людям з інвалідністю та мешканцям сільської місцевості. Цього досягають шляхом розробки індивідуальних страхових продуктів, адаптованих

до потреб конкретних груп населення, таких як програми мікростраховання, що характеризуються низькими страховими преміями та спрощеною процедурою оформлення договорів.

Важливим аспектом є цифрова трансформація страхового сектору, що забезпечує швидкий і зручний доступ до страхових продуктів та сервісів за допомогою мобільних додатків, онлайн-платформ та автоматизованих систем обробки даних. Впровадження штучного інтелекту та автоматизація рутинних процесів дозволяють страховим компаніям знизити витрати, що, в свою чергу, сприяє зниженню вартості страхових продуктів для клієнтів. Це дозволяє клієнтам отримувати всю необхідну інформацію про свої страхові продукти та послуги в простій та доступній формі [61].

Нововведення в страхуванні дозволяють створювати індивідуальні страхові програми, які відповідають унікальним потребам кожного клієнта. Такий підхід проявляється у створенні індивідуальних страхових програм, які враховують специфічні потреби різних сегментів клієнтів, таких як особи з хронічними захворюваннями чи суб'єкти малого підприємництва. Важливим завданням є підвищення рівня фінансової обізнаності населення через інформаційно-просвітницькі кампанії. Завдяки цим ініціативам зростає фінансова грамотність населення, що дозволяє споживачам оцінити всі переваги страхових продуктів та приймати більш обґрунтовані рішення при виборі страхової компанії та страхового продукту.

Партнерство між страховими компаніями та соціальними організаціями є рушійною силою розвитку інклюзивних інновацій, що дозволяє створювати страхові продукти, які відповідають потребам вразливих груп населення. Спільна робота сприяє популяризації страхових продуктів серед різних верств населення, роблячи страховий захист більш доступним та посилюючи довіру до страхових компаній. Державна підтримка, виражена в прийнятті відповідних законодавчих актів, є важливим фактором для успішної реалізації інноваційних проектів у сфері страхування, що спрямовані на розширення доступу до страхових послуг [57].

Основними характеристиками інклюзивних інновацій є орієнтація на потреби всіх верств населення, застосування інноваційних технологій, персоналізація страхових продуктів, підвищення фінансової грамотності та співпраця з різними партнерами. Крім того, що ці особливості сприяють досягненню соціальної справедливості, вони також створюють нові перспективи для зростання та розвитку страхового ринку в Україні.

Перспективи розвитку інклюзивних інновацій у страховому секторі України визначаються взаємодією соціальних, економічних і технологічних чинників. Важливим напрямком розвитку є активне впровадження цифрових технологій, що дозволяє автоматизувати рутинні операції, знизити витрати та покращити якість обслуговування клієнтів. Застосування мобільних додатків, чат-ботів та блокчейну дозволяє надавати страхові послуги в будь-якій точці країни, включаючи віддалені сільські регіони, мінімізуючи необхідність особистого звернення до страхової компанії.

Одним із пріоритетних напрямків є розширення асортименту мікрострахових продуктів. Цей формат страхування є перспективним для розширення охоплення страховими послугами, особливо серед тих категорій населення, які мають обмежені фінансові можливості. Розроблення спеціалізованих страхових програм для фермерів, малих підприємців та представників неформального сектору є важливим інструментом для розширення фінансової інклюзії та забезпечення соціального захисту цих груп населення.

Одним із перспективних напрямків є інтеграція страхових продуктів в систему соціальних та економічних програм, що дозволить забезпечити більш комплексний захист населення. Партнерство між страховими компаніями та державою дозволить створити ефективні програми медичного страхування, підтримки малого бізнесу та страхування від природних катастроф, що буде вигідним як для суспільства, так і для страхових компаній. Партнерство зі державою дозволить страховим компаніям не лише розширити свою клієнтську базу, але й підвищити свою репутацію надійних партнерів [15].

Інновації в галузі персоналізації страхових продуктів можуть значно підвищити задоволеність клієнтів. Штучний інтелект та аналіз великих даних відкривають нові можливості для розробки персоналізованих страхових продуктів, що враховують унікальні характеристики та потреби клієнтів. Це можуть бути поліси, що дозволяють створити індивідуальний страховий портфель, який відповідає конкретним потребам та фінансовим можливостям клієнта.

Державна підтримка є необхідною умовою для створення інновацій, які будуть корисними для всіх верств населення. Завдяки державній політиці в розвинених країнах все більше людей з вразливих груп можуть захистити себе за допомогою страхування. В Україні держава може сприяти розвитку інклюзивного страхування шляхом надання субсидій малозабезпеченим верствам населення, розробки регуляторних норм, що стимулюють страхові компанії до створення продуктів для всіх верств населення, та проведення масштабних освітніх кампаній з фінансової грамотності.

Завдяки глобалізації українські страхові компанії можуть розширити свою діяльність та залучити більше клієнтів. Вивчаючи зарубіжний досвід, українські страхові компанії можуть розширити спектр своїх послуг, впровадивши сучасні технології, як-от мобільне страхування, та інтегрувавши страхові продукти з іншими фінансовими послугами, що дозволить їм стати більш конкурентоспроможними на світовому ринку.

Підвищення рівня фінансової обізнаності населення безпосередньо вплине на зростання попиту на страхові послуги. За допомогою інформаційних кампаній можна підвищити обізнаність населення про страхові продукти та, таким чином, стимулювати попит на них. Особливу увагу слід приділяти розробці навчальних програм для молоді, оскільки саме ця категорія населення є найбільш відкритою до нових страхових продуктів та технологій.

Впровадження інновацій, що забезпечують доступність страхових послуг для всіх верств населення, має великий потенціал в Україні. Такий підхід дозволить одночасно вирішити два важливі завдання: підвищити добробут

населення та активізувати економічну діяльність. Реалізація цих перспектив можлива лише за умови тісної співпраці страхових компаній, державних органів, громадських організацій та міжнародних партнерів.

Висновки до розділу 1

Концепція інклюзивного страхування, яка передбачає створення страхових продуктів, доступних для всіх, незалежно від їхнього соціального статусу, фінансових можливостей та фізичних особливостей, набуває все більшої популярності. Страховий сектор все активніше працює над розробкою та впровадженням нових страхових продуктів та послуг, які б відповідали потребам різних соціальних груп і сприяли підвищенню рівня фінансової захищеності населення. Страховий сектор переосмислює підхід до інновацій, розуміючи, що вони мають бути спрямовані на задоволення потреб усіх членів суспільства. Отже, інновації в страхуванні – це багатогранний процес, який охоплює весь цикл створення нових продуктів та послуг – від ідеї до їхнього впровадження та подальшого розвитку з метою підвищення ефективності компанії та задоволення потреб клієнтів. Завдяки дослідженням різних вчених було систематизовано знання про інклюзивні інновації та визначено їх ключові характеристики. Також в ході проведеної класифікації було визначено вразливі групи населення, які сформувалися в сучасних реаліях України. Розглянуто практичні приклади інклюзивних інновацій, які вже реалізуються українськими страховими компаніями.

Здійснивши огляд світового досвіду інклюзивних інновацій на страховому ринку, в ході якого було визначено, що концепція мікрострахування, або інклюзивного страхування, як його частіше називають, привертає все більший інтерес, особливо в країнах, що розвиваються в Латинській Америці, Азії та Африці. Однак інклюзивне страхування все ще перебуває в зародковому стані в 31 країні регіону СЕЕТ і не є головним пріоритетом для ключових зацікавлених сторін, включаючи страхову галузь та наглядові органи. Інклюзивне страхування

може стати безпрограшною ситуацією для споживачів, страхової галузі, уряду та суспільства в регіоні СЕЕТ, водночас забезпечуючи стійкість та стійке економічне зростання. Ключовим моментом є підвищення обізнаності про страхування та, зрештою, створення страхової культури. Цифровізація має потенціал для підвищення доступності, що все ще залишається одним із ключових критеріїв для прийняття страхових послуг. Цифрова трансформація є рушійною силою розвитку європейського страхового ринку. Особливу увагу приділяють кіберстрахуванню, яке стає все більш актуальним у зв'язку зі зростанням кіберзагроз.

Проаналізувавши особливості та передумови розвитку інклюзивних інновацій на ринку страхування України, слід зазначити, що головними передумовами розвитку інклюзивних інновацій є: соціально-економічні виклики, розвиток цифрових технологій, зміни у законодавстві та підтримка держави, зростання попиту на страхові послуги. Інклюзивні інновації в страхуванні в Україні мають на меті подолати бар'єри, які заважають різним групам населення користуватися страховими послугами, такими як низький дохід, місце проживання у віддалених регіонах або обмежені фізичні можливості.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНИХ ІННОВАЦІЙ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

2.1. Оцінка поточного стану впровадження інклюзивних інновацій на страховому ринку України

Будучи важливим елементом фінансової системи, страхування життя сприяє мобілізації довгострокових інвестицій, що позитивно впливає на економічне зростання та соціальний розвиток. Як одні з найбільших інституціональних інвесторів, страхові компанії життя відіграють важливу роль у формуванні інвестиційного портфеля країни, направляючи значні кошти на розвиток інфраструктури, технологій та інших перспективних секторів економіки. Страхування життя є універсальним фінансовим інструментом, який одночасно виконує соціальні та економічні функції. З одного боку, воно забезпечує фінансову стабільність громадян у випадку настання страхових випадків, а з іншого – слугує джерелом фінансування довгострокових інвестиційних проектів. Завдяки своїй здатності мобілізувати та ефективно інвестувати вільні кошти, страхування життя є одним з найважливіших інструментів фінансового ринку. Однак, для забезпечення його подальшого розвитку необхідно проводити глибокі дослідження та розробляти нові підходи [21].

Історія ринку страхування життя в Україні розпочалася з 1996 року, коли набув чинності Закон України «Про страхування», який вперше визначив страхування життя як окрему галузь страхової діяльності та створив нормативно-правові умови для її розвитку. Страхування постійно розвивається та трансформується, що дедалі більше впливає на економіку країни. З'являються нові види страхування, а сфера його застосування розширюється. Незважаючи на безпрецедентні виклики, спричинені повномасштабним вторгненням, ринок страхування життя в Україні продемонстрував свою

стійкість і здатність до відновлення. Аналіз динаміки ключових показників діяльності страхових компаній наведено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Динаміка фінансових показників страхових компаній України 2018-2023 рр.

Показник	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Валові страхові премії, млн.грн.	35170,3	43431,8	49367,5	53001,2	45184,9	47015,3
Валові страхові виплати, млн.грн.	8839,5	10536,8	12863,4	14338,3	14852,7	15106,4
Рівень валових виплат, %	25,1	24,3	26,1	27,1	32,9	35,9
Чисті страхові премії, млн.грн.	26463,9	28494,4	34424,3	39586,0	40350,2	46011,0
Чисті страхові виплати, млн.грн.	8561,0	10256,8	12432,6	14040,5	14451,9	16736,5
Рівень чистих виплат, %	32,3	36,0	36,1	35,5	35,8	36,4
Сплачено на перестраховання, млн.грн.	12668,7	18333,6	17940,7	16713,4	8487,4	9154,2
Обсяг сформованих страхових резервів, млн.грн.	20936,7	22864,4	26975,6	29558,8	34192,1	46681,5
Активи для представлення коштів страхових резервів, млн.грн.	35071,9	36084,6	40666,5	44609,9	46113,6	56292,3
Обсяг сплачених статутних капіталів, млн.грн.	12661,6	12831,3	12636,6	11066,1	9748,1	5956,7

Проведене дослідження функціонування страхового ринку України виявило тенденцію до зменшення загальної кількості страхових компаній, що наочно проілюстровано на рисунку 2.1.

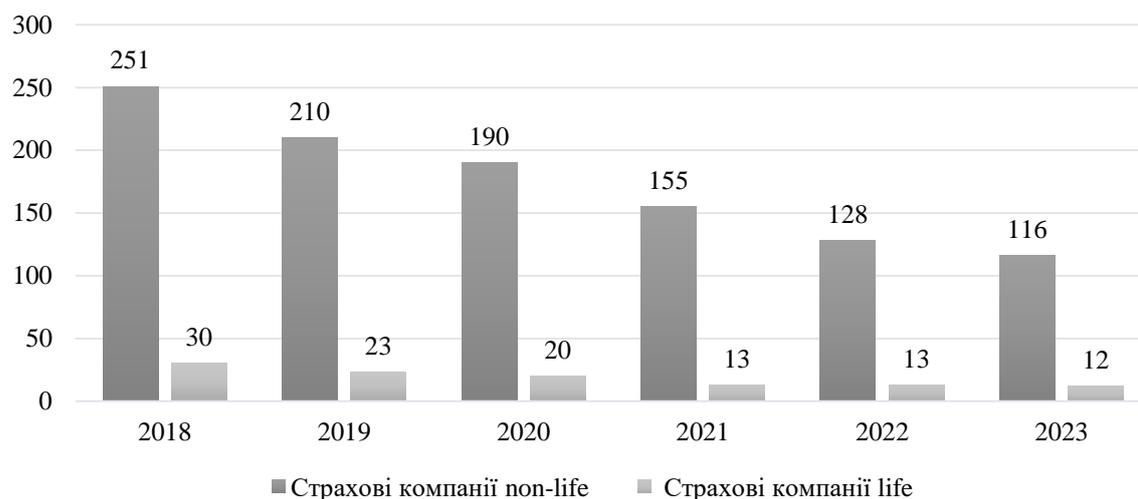


Рис. 2.1. Динаміка кількості страхових компаній за 2018-2023 рр.

Аналіз даних за період з 2018 по 2023 рік свідчить про негативну тенденцію до скорочення кількості страхових компаній. Аналіз даних свідчить про більш значне скорочення кількості компаній на ринку нежиттєвого страхування (на 135), порівняно з ринком життєвого страхування (на 18), що може свідчити про різну стійкість цих сегментів до ринкових змін. Незважаючи на те, що за кількісними показниками український страховий ринок відповідає європейським, тенденція до скорочення кількості страхових компаній може негативно вплинути на його подальший розвиток, особливо в частині інновацій та адаптації до нових ринкових умов. Прискорене скорочення кількості страхових компаній є результатом взаємодії кількох факторів: погіршення макроекономічних показників, що знижує купівельну спроможність населення; посилення вимог регулятора до страховиків, що ускладнює умови ведення бізнесу; та зростання конкуренції, яке призводить до консолідації ринку. Крім економічних і регуляторних чинників, значний вплив на скорочення кількості страхових компаній мають швидкі технологічні зміни. Необхідність розробки нових цифрових платформ, автоматизації процесів та впровадження інноваційних страхових продуктів створює додаткові виклики для компаній, які не готові до таких трансформацій. Хоча скорочення кількості страхових компаній може здаватися негативним явищем, воно сприяє

консолідації ринку, підвищує фінансову стійкість страховиків та дозволяє їм зосередитися на якості послуг, що в кінцевому рахунку є позитивним для споживачів. Сучасний страховий ринок динамічний та постійно змінюється. Компанії, які хочуть досягти успіху, повинні бути готовими до швидких змін та впровадження нових технологій. Саме такі компанії зможуть залучити нових клієнтів та зміцнити свою репутацію надійного партнера.

Проаналізувавши динаміку укладення договорів страхування за досліджуваний період, можна зробити висновок про відсутність стійкої тенденції до зростання або спаду кількості укладених договорів (рис. 2.2).

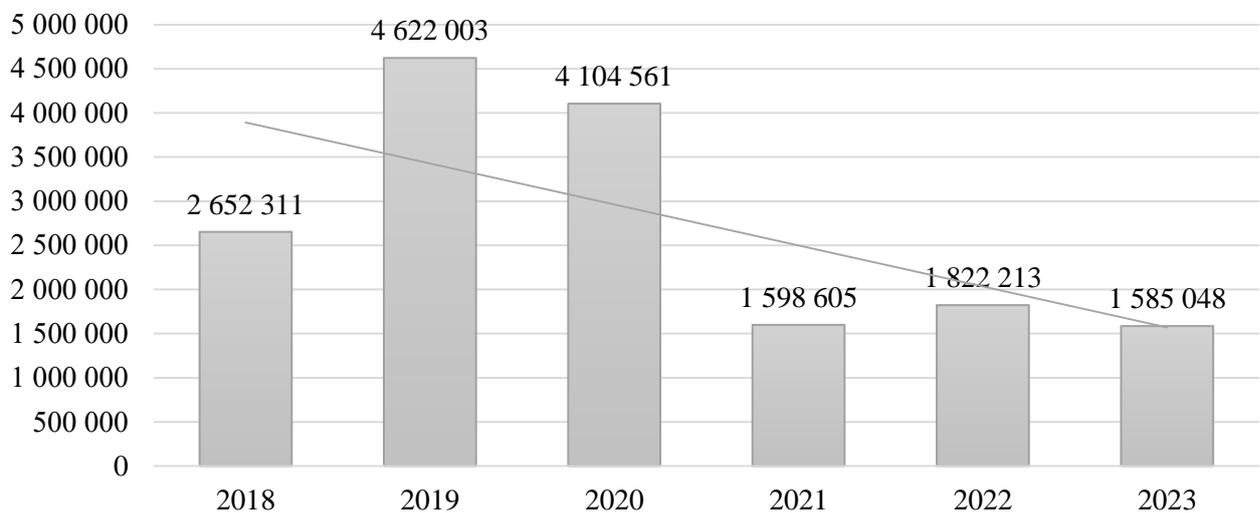


Рис. 2.2. Динаміка кількості договорів страхування за 2018-2023 рр.

Аналіз графіка дозволяє зробити висновок про те, що кількість укладених страхових полісів за період з 2018 по 2023 роки демонструє стійку тенденцію до зниження, що може свідчити про погіршення економічної ситуації або зміну поведінки споживачів. Починаючи з 2018 року спостерігається стійка тенденція до скорочення кількості укладених договорів страхування, що вказує на загальне уповільнення активності на страховому ринку. Порівняно з іншими роками, 2019 рік відзначився рекордним рівнем укладених договорів (4 622 003), що, ймовірно, пов'язано зі сприятливою економічною ситуацією та активною промоцією страхових продуктів. Протилежна картина

спостерігалася у 2023 році, коли цей показник знизився до мінімального за період дослідження рівня – 1 585 048 договорів. Зменшення кількості укладених договорів може бути наслідком або зниження купівельної спроможності населення, що призводить до зменшення попиту на страхові продукти, або ж посилення конкуренції серед страховиків, що призводить до виходу з ринку менш конкурентоспроможних компаній. Найбільше падіння кількості договорів припало на період з 2020 по 2021 роки, коли їхня кількість скоротилася вдвічі порівняно з 2019 роком. Така ситуація може бути пов'язана з економічними труднощами, викликаними пандемією COVID-19, що призвело до зменшення доходів населення та, як наслідок, зниження попиту на страхові продукти. Для запобігання подальшого падіння страхового ринку необхідно вжити термінових заходів. Зокрема, слід розробити нові страхові продукти, які відповідатимуть потребам сучасного споживача, а також покращити умови страхування для існуючих клієнтів.

Рис. 2.3 демонструє, як змінюються обсяги страхових платежів та виплат з часом, що дозволяє оцінити динаміку розвитку страхового ринку та ефективність роботи страховиків.

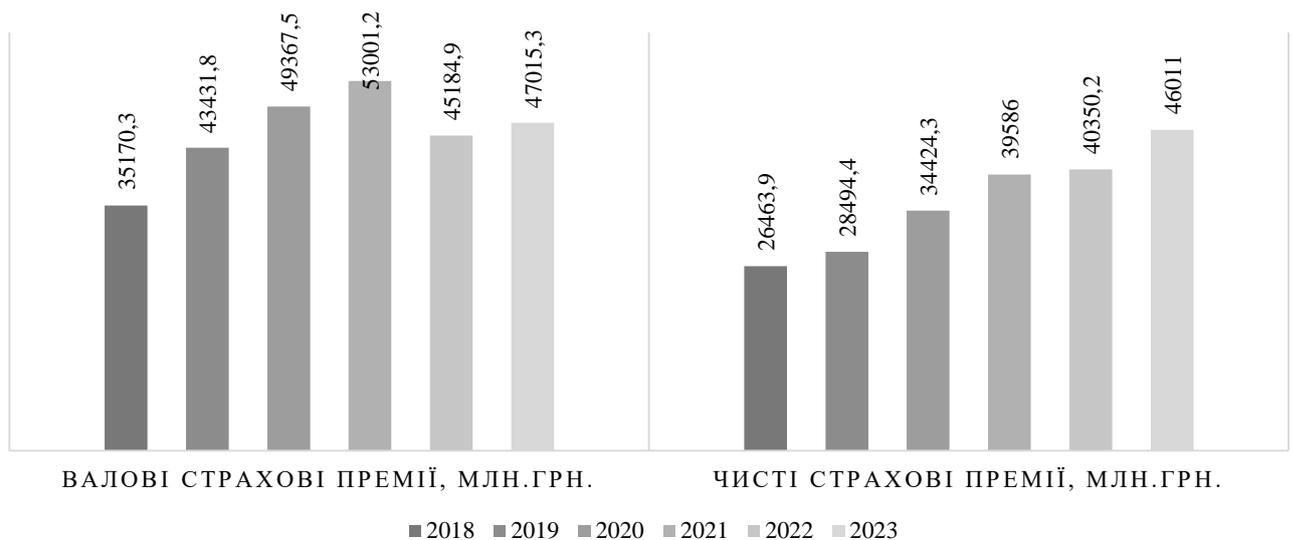


Рис.2.3. Динаміка валових і чистих страхових премій за 2018-2023 рр.

Аналіз динаміки валових страхових премій за аналізований період демонструє стійку тенденцію до зростання, що свідчить про активний розвиток страхового ринку та підвищення попиту на страхові продукти з боку як фізичних, так і юридичних осіб. За період з 2018 по 2023 роки спостерігається стійкий ріст чистих страхових премій, який збільшився з 26 463,9 млн. грн. до 46 011 млн. грн. відповідно. Незначна різниця між валовими та чистими страховими преміями у 2023 році може бути пов'язана з більш ефективним управлінням ризиками страховиками, що дозволило їм зменшити обсяги перестраховування та оптимізувати витрати. Зростання премій у 2020 році можна пояснити успішною адаптацією страховиків до нових ринкових умов та викликів, що виникли внаслідок пандемії та інших факторів. Відносна стабільність, що спостерігалася протягом 2021-2023 років, була результатом комплексу факторів, серед яких можна виділити загальну стабілізацію економічної ситуації, адаптацію бізнесу до нових умов та поступове відновлення після пандемії COVID-19. Зростання чистих страхових премій підтверджує важливу роль страхових послуг у житті суспільства та бізнесу, що свідчить про підвищення рівня фінансової грамотності та свідомості населення. Щоб забезпечити стійке зростання чистих страхових премій, необхідно постійно розробляти нові, інноваційні страхові продукти та робити страхові послуги доступнішими для широких верств населення.

Цифрова трансформація охоплює всі сфери економіки, і страховий сектор не є винятком. Активне впровадження цифрових технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн та аналітика даних, дозволяє страховикам підвищити ефективність роботи, розширити спектр послуг та покращити взаємодію з клієнтами. Ці процеси є одними з найбільш дискусійних тем у сфері економіки та фінансів України.

Сучасний споживач очікує від компаній індивідуального підходу та зручних сервісів. Цифрова трансформація страхового ринку дозволяє відповідати цим очікуванням, надаючи клієнтам можливість оформити поліс

онлайн, отримати консультацію в режимі реального часу та керувати своїми полісами через мобільний додаток [54].

Україна, прагнучи побудувати сучасну державу, що орієнтована на громадянина, активно впроваджує цифрові технології та переймає досвід країн-лідерів. Зокрема, Україна вивчає досвід США та країн Європи, які вже досягли значних успіхів у сфері цифрової трансформації державного управління. Українські розробники створюють інструменти, які допомагають компаніям приймати більш обґрунтовані рішення щодо цифрової трансформації. Наприклад, страхові компанії можуть використовувати ці інструменти для аналізу ринку, виявлення нових можливостей та оцінки ефективності маркетингових кампаній.

Цифрова трансформація страхового ринку – це комплекс заходів, спрямованих на впровадження цифрових технологій у всі сфери діяльності страхових компаній. Цей процес включає в себе інтернетизацію бізнес-процесів, тобто активне використання інтернет-технологій та хмарних рішень, персоналізацію страхових продуктів на основі великих даних та повне оцифрування внутрішніх і зовнішніх операцій.

Цифрова трансформація страхової компанії – це постійний і безперервний процес, що включає в себе не тільки впровадження нових технологій, але й зміну бізнес-культури, перегляд організаційної структури та оптимізацію всіх бізнес-процесів. Це дозволяє компанії стати більш гнучкою, ефективною та орієнтованою на клієнта.

Цифрова трансформація дозволяє страховим компаніям автоматизувати рутинні операції, аналізувати великі обсяги даних для розробки персоналізованих страхових продуктів і надавати клієнтам зручні мобільні сервіси, що в результаті підвищує лояльність клієнтів та конкурентоспроможність компанії.

Цифрова трансформація страхового ринку відбувається в три етапи.

1. Автоматизація – впровадження ІТ-систем, які автоматизують рутинні процеси, такі як обробка заявок, розрахунок страхових премій тощо.

2. Оптимізація – використання технологій для покращення існуючих процесів, аналізу даних для прийняття більш обґрунтованих рішень та підвищення ефективності роботи.

3. Інновації – створення нових цифрових продуктів та сервісів, які відповідають сучасним потребам клієнтів та змінюють традиційні уявлення про страхування.

Цифрова трансформація – це не просто тренд, а необхідність для виживання на сучасному страховому ринку. Компанії, які не адаптуються до цифрових технологій, ризикують втратити клієнтів та конкурентну перевагу. Досвід українського страхового ринку підтверджує, що цифрова трансформація приносить позитивні результати, підвищуючи ефективність роботи та покращуючи якість обслуговування клієнтів (рис. 2.4).

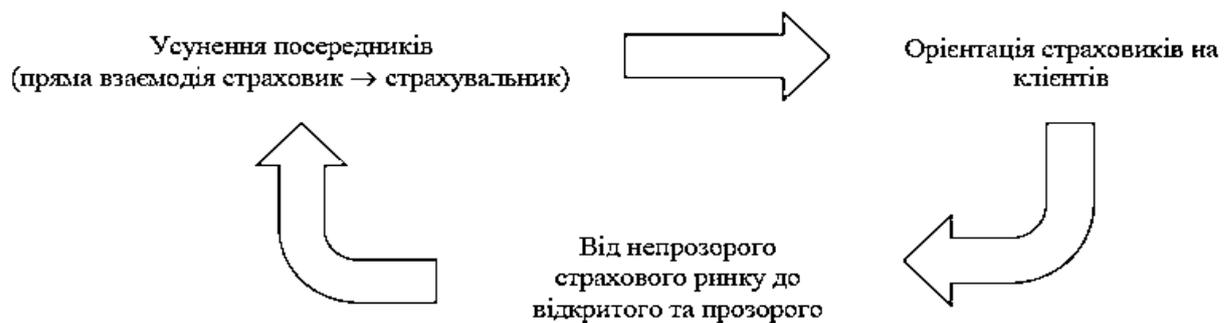


Рис.2.4. Наслідки впливу цифрових технологій про діяльність ринку страхових послуг

Сьогодні клієнти потребують не просто стандартних страхових продуктів, а індивідуальних рішень, адаптованих до їхніх конкретних потреб та доступних у зручний для них час.

Аналіз великих даних дозволяє страховим компаніям створювати унікальні страхові продукти, які точно відповідають потребам кожного клієнта. Можливість активувати страховий продукт онлайн або через мобільний додаток робить процес страхування більш зручним та ефективним.

Аналізуючи дані з розумних пристроїв, страховики можуть динамічно змінювати ціни на страхові продукти, встановлюючи більш справедливі тарифи для кожного клієнта. Крім того, такі дані допомагають ефективно виявляти ознаки шахрайства та запобігати неправомірним виплатам. Insurtech – це інноваційний підхід, який використовує технології для трансформації традиційної страхової галузі. Завдяки Insurtech страхові компанії можуть працювати ефективніше, знижувати витрати та створювати персоналізовані страхові продукти, які відповідають потребам кожного клієнта [12].

Insurtech є невід’ємною частиною FinTech і представляє собою сукупність технологічних рішень, спрямованих на трансформацію страхової галузі. Детальна модель компонентів Insurtech (рис. 2.5) демонструє різноманітність технологічних рішень, що використовуються в цій сфері, і свідчить про динамічний розвиток страхового ринку.

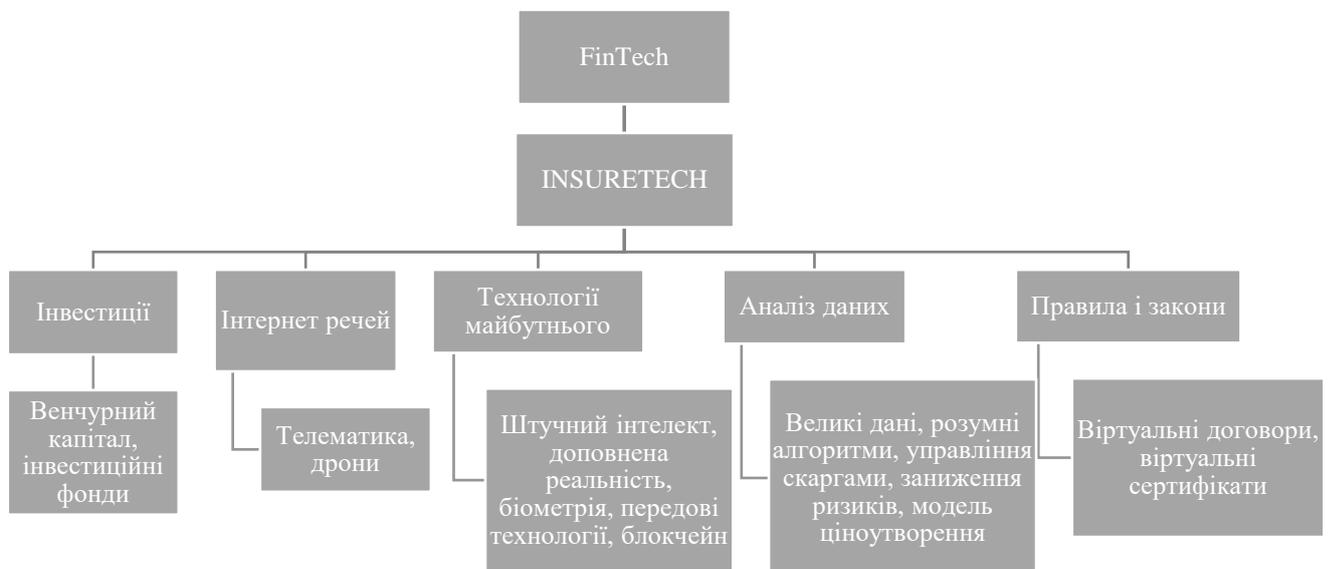


Рис. 2.5. Компоненти InsurTech

Згідно з міжнародною базою даних LTP MEDICI, ринок фінтех-компаній налічує 7891 учасника. У 2023 році інвестиції в цьому секторі зосередилися на платіжних системах, кредитуванні та банківських інноваціях.

Географія впровадження інновацій у фінансовому секторі неоднорідна: InsurTech популярний у США та Великобританії, медичні інновації

розвиваються в Азії, а однорангове кредитування та управління ризиками знаходять застосування лише в окремих африканських країнах.

Незважаючи на певні труднощі, Україна демонструє прагнення до розвитку фінансових технологій. Свідченням цього є запуск Національним банком України у 2017 році спеціального проекту з розвитку фінтеху.

Розвиток фінансових технологій і зростання кількості користувачів інтернету – два взаємопов’язані процеси. Національний банк України визначає онлайн-банкінг, електронні платежі, онлайн-кредитування та страхування як пріоритетні напрямки розвитку фінтеху, що свідчить про величезний потенціал для покращення доступності фінансових послуг в Україні [41].

Український страховий ринок характеризується високою швидкістю появи нових продуктів: за останні три роки понад 58% нових пропозицій було створено більш ніж 80 страховими компаніями, що свідчить про великий потенціал українського страхового ринку.

Розвиток фінтех-сектору тісно пов’язаний з потребами споживачів та технологічними трендами. Низька якість страхових послуг та доступність смартфонів є ключовими факторами зростання фінтех-ринку в Україні. Рисунок 2.6 демонструє великий потенціал розвитку фінтех-сектору в різних сферах, задовольняючи потреби сучасних споживачів.

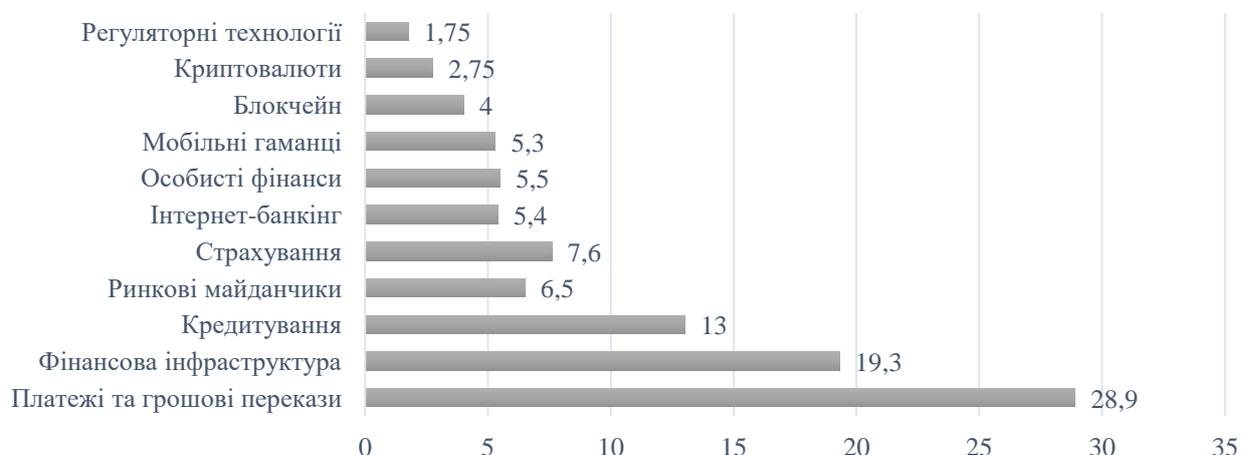


Рис. 2.6. Структура функціонування FinTech продуктів в Україні у 2023 році, %

Подальший розвиток страхового ринку в Україні неможливий без технологічних інновацій. InsurTech, як і раніше, залишається одним з найбільш динамічних напрямків у фінансовому секторі.

Аналіз сучасних трендів в страховій галузі, таких як інтернетизація, індивідуалізація та цифровізація, дозволив нам сформулювати уявлення про майбутнє страхового ринку України в умовах цифрової трансформації.

Проведене дослідження виявило, що застосування ІТ-технологій у страхуванні є невід'ємною частиною сучасних трендів. Результати підтверджують, що широка цифровізація страхового захисту не лише відповідає світовим тенденціям, але й є ключовим фактором успіху на динамічному страховому ринку.

В умовах сучасних трансформацій страхового ринку в Україні активно шукають оптимальну модель для ефективного функціонування, яка б дозволила реалізувати весь потенціал розвитку галузі з урахуванням сучасних викликів та перспектив.

Основними проблемами, що гальмують розвиток страхового ринку, є фінансові труднощі страхових компаній, відсутність чіткої стратегії розвитку та слабкий корпоративний контроль. В результаті ринок стає менш прозорим і конкурентним, що негативно впливає на довіру споживачів та гальмує його подальший розвиток [19].

Аналізуючи сучасні тенденції на страховому ринку, ми вважаємо, що його подальший розвиток має ґрунтуватися на принципах соціальної відповідальності, максимальній консолідації зусиль учасників, широкій цифровізації та впровадженні інноваційних підходів до страхування, що дозволить підвищити якість послуг та забезпечити конкурентоспроможність ринку. Для подальшого розвитку страхового ринку в Україні необхідно систематизувати та використати досвід попередніх років, зокрема, у сфері страхового інструментарію, з метою уникнення помилок і побудови ефективної системи страхового захисту, яка відповідатиме світовим стандартам.

Формування моделі соціальної відповідальності в страховому секторі є необхідним кроком для створення позитивного іміджу страхування, зміцнення довіри клієнтів та формування страхової культури, заснованої на загальних цінностях і етичних принципах. Це дозволить створити атмосферу довіри та взаєморозуміння між усіма учасниками ринку, що є основою для його сталого розвитку (рис.2.7).

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНОЇ ОСНОВИ СПРИЙНЯТТЯ СТРАХУВАННЯ

- Підвищення освітньої та інформаційної обізнаності щодо страхового захисту
- Відтворення сприятливого страхового середовища в суспільстві
- Нормування страхових відносин на засадах прозорості
- Застосування інноваційних підходів до використання потенціалу агрострахування
- Диверсифікація страхових послуг за різними критеріями

ФОРМУВАННЯ МОРАЛЬНО-ЕТИЧНИХ НОРМ ПОВЕДІНКИ НА РИНКУ СТРАХУВАННЯ

- Формування належної підприємницької діяльності на страховому ринку за відповідними морально-етичними нормами
- Доцільне поєднання морально-етичних і соціально-економічних потреб та інтересів учасників страхового ринку
- Побудова взаємовідносин на страховому ринку на основі законодавчих норм, правил і принципів страхування

ФОРМУВАННЯ СТРАХОВОЇ КУЛЬТУРИ ТА ЕТИКИ УЧАСНИКІВ РИНКУ

- Відображення системи цінностей на страховому ринку, забезпечення довіри, взаємоповаги та толерантності всіх учасників ринку
- Удосконалення сервісу надання страхових послуг
- Усвідомлення ролі та значення страхування з точки зору необхідності своєчасної та ефективної протидії різним ризикам
- Впровадження процедур врегулювання страхових випадків на засадах об'єктивності, прозорості та швидкого реагування

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТІВ У ВЗАЄМОВІДНОСИНАХ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ

- Здатність враховувати та забезпечувати спільні інтереси на страховому ринку
- Формування партнерських відносин на страховому ринку з точки зору доброчесності та гуманності
- Відображення моделей поведінки учасників страхового ринку щодо розподілу ризиків і відповідальності на основі консолідації

Рис. 2.7. Модель формування соціальної відповідальності учасників страхового ринку

Інтеграція морально-етичних норм та принципу соціальної відповідальності в діяльність учасників страхового ринку є необхідною умовою для відновлення довіри до страхових компаній та створення сприятливого середовища для розвитку страхового ринку. Це дозволить зміцнити позиції страхового сектору в суспільстві та сприяти його подальшому розвитку.

На сучасному страховому ринку якість послуг є одним з основних факторів, що впливають на вибір клієнта. Завдяки систематичній роботі над підвищенням якості страхових послуг, компанії можуть не лише збільшити свою частку ринку, але й забезпечити довгостроковий успіх. Для підвищення конкурентоспроможності на страховому ринку, страхові організації повинні зосередитися на підвищенні ефективності роботи персоналу, оптимізації бізнес-процесів та встановленні збалансованих тарифів, що забезпечать стабільний розвиток компанії. У динамічних умовах сучасного страхового ринку саме конкурентоспроможний страховий продукт є ключовим фактором виживання та успішного розвитку страхової організації. Варто зазначити, що оцінювати якість страхових послуг слід за критерієм техніко-функціональної відповідності, тобто наскільки вони відповідають технічним стандартам і задовольняють потреби клієнтів [34].

Кожен клієнт має свої унікальні очікування, тому якість страхової послуги визначається здатністю компанії надати індивідуальний підхід до кожного клієнта. Для визначення якості страхової послуги використовується комплексна оцінка, яка охоплює як технічні аспекти (характеристики кінцевого продукту), так і функціональні аспекти (процес надання послуги).

Оцінка технічної якості страхової послуги передбачає аналіз таких показників, як надійність страховика, тобто його здатність виконувати взяті на себе зобов'язання, доступність страхових продуктів для клієнтів, безпека страхових операцій, а також рівень довіри клієнтів до страхової компанії та ступінь задоволення їхніх потреб у страховому захисті.

Комплекс послуг, що надаються страховою компанією, повинен бути побудований таким чином, щоб забезпечити клієнту легкий доступ до страхових продуктів та гарантувати отримання очікуваного результату, що є ключовим аспектом технічної якості страхової послуги. Оцінюючи якість послуги агрострахування, необхідно враховувати як технічні характеристики, такі як відповідність страхового покриття потребам аграрія та розмір страхової виплати, так і функціональні характеристики, такі як швидкість оформлення договору, зручність взаємодії зі страховою компанією та якість консультацій.

У швидкозмінних умовах сучасного страхового ринку саме гнучкість, яка дозволяє компанії швидко адаптуватися до нових викликів, ефективність роботи та прозорість всіх процесів стають ключовими факторами, що визначають її конкурентні переваги та сприяють завоюванню довіри клієнтів. Якість страхових послуг є необхідною складовою інноваційного розвитку страхового ринку України. Репутація страхової компанії формується за такими критеріями: фінансовою стабільністю, що гарантує виконання своїх зобов'язань перед клієнтами, соціальною відповідальністю, що проявляється у підтримці соціальних ініціатив, прозорістю бізнес-процесів, що забезпечує довіру клієнтів, та якістю обслуговування, що виражається у швидкості та ефективності вирішення страхових випадків [13].

Щоб забезпечити стабільний розвиток і підвищити свою конкурентоспроможність, страховим компаніям необхідно створити сприятливе середовище для всіх учасників ринку та активно впроваджувати інноваційні рішення, які дозволять покращити якість послуг та задовольнити потреби сучасних клієнтів.

Глибоке дослідження українського страхового ринку показало, що хоча він і демонструє позитивну динаміку розвитку, зокрема, покращення якості страхових продуктів і послуг, все ж таки існують певні проблеми, які потребують негайного вирішення для подальшого зростання та розвитку ринку. Отримані дані свідчать про те, що досліджуваний ринок активно розвивається і успішно адаптується до глобальних змін, однак має значний потенціал для подальшого

зростання та вдосконалення. Це відкриває широкі перспективи для учасників ринку та сприяє його подальшій інтеграції в світову економіку.

Дослідження конкретних тенденцій функціонування українського страхового ринку дозволило констатувати значний прогрес у сфері цифрової трансформації, що проявляється у зростанні рівня інтернетизації, індивідуалізації та цифрової трансформації процесів.

Соціальна відповідальність є невід'ємною частиною сучасного бізнесу, тому страхові компанії повинні активно брати участь у вирішенні соціальних проблем та сприяти сталому розвитку суспільства.

2.2. Аналіз основних проблем та бар'єрів для розвитку інклюзивних інновацій у страхуванні

Сучасне розвинуте суспільство характеризується прагненням створити таке середовище, де кожна людина, незалежно від її особливостей, має рівні можливості для участі у всіх сферах життя та реалізації свого потенціалу. Забезпечення рівного доступу до освіти, охорони здоров'я та інших соціальних благ через створення інклюзивного середовища є не лише моральним обов'язком суспільства, але й ефективним шляхом досягнення сталого економічного зростання.

Для створення справді інклюзивного суспільства необхідно забезпечити не лише рівні соціальні можливості, а й рівний доступ до фінансових ресурсів. Саме тому фінансова інклюзія є невід'ємною частиною системного підходу до формування інклюзивного простору. Згідно з визначенням ООН та Світового банку, фінансова інклюзія – це забезпечення доступу для всіх верств населення до широкого спектру фінансових продуктів та послуг, таких як платежі, кредити, страхування, за доступною вартістю та на прозорих умовах. Фінансова доступність визнана одним з найважливіших факторів, що сприяють досягненню більшої частини глобальних цілей сталого розвитку. Для того, щоб забезпечити стійкий розвиток української економіки та підвищення добробуту всіх громадян,

необхідно створити фінансову систему, яка буде доступною і зрозумілою для всіх верств населення [6].

Прагнення зробити фінансові послуги доступними для всіх верств населення ставить перед страховим сектором нові завдання, пов'язані з розробкою інноваційних продуктів та адаптацією до потреб різних клієнтів. Для створення інклюзивного страхового ринку необхідно не лише усунути існуючі бар'єри, але й активно залучати нових клієнтів, підвищуючи рівень їхньої фінансової грамотності та довіри до страхових продуктів.

Досягнення поставлених цілей передбачає активне використання науково-технічного прогресу, підвищення матеріального добробуту та культурного рівня населення, а також застосування інноваційних методів управління. Завдяки впровадженню нових технологій та інноваційних рішень ми зможемо створити страховий ринок, який буде доступним для всіх верств населення, що, в свою чергу, сприятиме підвищенню якості життя людей та економічному зростанню країни.

Створення інклюзивного середовища є складною проблемою, яка вже давно привертає увагу дослідників та практиків, які пропонують різноманітні підходи до її вирішення. Коли дослідники вивчають поняття інклюзії, вони зазвичай звертаються до педагогіки, соціології та психології, оскільки саме ці науки надають необхідні інструменти для розуміння процесів навчання, соціальних взаємодій та особливостей розвитку особистості. В останні роки зростає інтерес до дослідження того, як інклюзія може вплинути на розвиток фінансової системи та страхового ринку та забезпечити рівний доступ до фінансових та страхових послуг для всіх верств населення.

За визначенням Аткинсона і Мессі, фінансова інклюзія – це процес, який передбачає не лише надання можливості кожному отримати доступ до страхових продуктів і послуг, але й забезпечення умов для їх ефективного використання шляхом розвитку фінансової грамотності та адаптації фінансових інструментів до потреб різних верств населення [4].

Згідно з дослідженнями А. Деміргук-Кунт, Л. Клаппера та Д. Сінгер, фінансова інклюзія передбачає не лише наявність різноманітних страхових

продуктів, але й здатність дорослих розуміти їхню цінність та приймати обґрунтовані рішення щодо їх використання для забезпечення свого фінансового благополуччя. Надання послуг має здійснюватися в рамках чітко визначених нормативно-правових актів, забезпечуючи при цьому високий рівень безпеки для споживачів та стабільність діяльності постачальників. У своїй роботі автори досліджують, яким чином фінансова інклюзія може сприяти розширенню доступу до фінансових послуг та сприяти економічному зростанню, яке б охоплювало всі верстви населення.

Інклюзія – це стан, коли людина не тільки залучена до певних дій, але й виявляє до них інтерес, активно в них бере участь і досягає поставлених цілей. Залежно від конкретних умов та вимог середовища, рівень активної участі людини в різних процесах може значно варіюватися. Інклюзивне середовище страхового сектору – це сукупність умов, які забезпечують доступність страхових продуктів для широкого кола споживачів та задовольняють їхні індивідуальні потреби. Створене середовище підвищує зацікавленість людей у фінансових продуктах, спонукає їх до активних дій та сприяє розумінню переваг використання таких продуктів. Захарченко підкреслює, що інклюзивна фінансова система – це така, де люди, завдяки своїй фінансовій освіченості та практичним навичкам, можуть ефективно керувати своїми фінансами і досягати своїх фінансових цілей [35].

Інклюзивність страхового сектору передбачає забезпечення страхового захисту для всіх верств населення та створення умов для того, щоб кожен міг отримати вигоду від страхування. Рівень фінансової залученості в страхуванні є важливим показником, який відображає не лише доступність страхових продуктів для широких верств населення, але й ефективність цих продуктів у забезпеченні фінансової безпеки.

Інновації є рушійною силою розвитку інклюзивного страхового ринку, сприяючи розширенню доступу до страхових послуг і підвищенню фінансової грамотності населення. Експерти відзначають, що цей напрямок розвитку страхового ринку в Україні є одним з найбільш перспективних. У сучасному світі, де зміни відбуваються з неймовірною швидкістю, здатність до інновацій є

вирішальним фактором для виживання та процвітання як окремих людей, так і цілих суспільств.

Донедавна страховий сектор був відносно консервативним, оскільки пріоритетом для страхових компаній була стабільність, а не швидкі зміни та впровадження нових технологій. Незважаючи на тривалу історію традиційних методів роботи, страховий сектор сьогодні активно трансформується під впливом цифрових технологій та зростаючих очікувань клієнтів. Сучасні тренди свідчать про те, що страховий бізнес активно переходить на цифрові платформи та впроваджує нові технології, розуміючи, що інновації є ключем до успіху в конкурентному середовищі. З появою смартфонів та швидкісного інтернету споживачі звикли до миттєвого доступу до інформації та послуг, тому вони очікують, що страхові компанії також надаватимуть свої послуги в онлайн-режимі. Введення карантинних обмежень та повномасштабне вторгнення Росії прискорили процес цифрової трансформації в страховому секторі, зробивши дистанційне обслуговування клієнтів пріоритетом для страхових компаній. Завдяки сучасним технологіям, клієнти страхових компаній можуть легко розрахувати вартість страхового полісу, оформити його онлайн та отримати консультацію фахівця в режимі реального часу, не виходячи з дому [44].

Завдяки розвитку електронної комерції в страхуванні, страхові продукти стають більш доступними та зрозумілими для широкого кола споживачів. Завдяки розвитку цифрових технологій, споживачі мають можливість порівняти різноманітні страхові продукти онлайн та обрати найкращий варіант, не витрачаючи час на походи по офісах. Незважаючи на зручність, широке використання цифрових технологій в страхуванні може призвести до соціальної нерівності, оскільки люди похилого віку та сільські жителі, які не володіють цифровими навичками, можуть відчувати труднощі з доступом до страхових продуктів.

Для того, щоб кожен громадянин, незалежно від віку та місця проживання, міг користуватися сучасними фінансовими послугами, необхідно розробити ефективні програми навчання цифрової грамотності та забезпечити доступ до цифрових технологій для всіх. Це сприятиме створенню такого середовища, де

кожен зможе вільно користуватися цифровими інструментами та послугами, що, в свою чергу, прискорить фінансовий розвиток усіх верств населення. Інклюзія — це не просто бізнес-модель, а філософія, яка спрямована на створення справедливого суспільства, де кожна людина має рівні можливості для розвитку та самореалізації, незалежно від її соціального статусу та інших характеристик.

Недостатня інклюзивність сільського населення в цифрову та фінансову сферу є бар'єром для їхнього економічного розвитку. За даними Міжнародного союзу електрозв'язку, існує значний цифровий розрив між міським та сільським населенням: містяни користуються інтернетом вдвічі частіше, що свідчить про необхідність вживати заходів для забезпечення рівного доступу до цифрових технологій для всіх верств населення. Пандемія COVID-19 та повномасштабне вторгнення Росії в Україну стали каталізатором поглиблення цифрового розриву, особливо відчутного для людей з інвалідністю, жінок, мешканців сільської місцевості та людей з низьким рівнем доходу. Фахівці застерігають, що концентрація основних послуг в інтернеті створює реальну загрозу соціального розшарування, оскільки люди без широкопasmового доступу можуть бути позбавлені рівних можливостей. Уряди та міжнародні організації активно співпрацюють для подолання цифрового розриву та забезпечення рівного доступу до інтернету для всіх верств населення, особливо для вразливих груп, таких як люди з обмеженими можливостями та жителі віддалених регіонів. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2027 року передбачає комплекс заходів, спрямованих на забезпечення цифрової інклюзії та розширення доступу до інтернету в усіх територіальних громадах України, незалежно від їхнього розміру та віддаленості від великих міст. Для досягнення цієї мети планується розширення інфраструктури інтернету, залучення інвестицій, співпраця з приватним сектором та міжнародними організаціями [9].

Для забезпечення всебічного розвитку особистості необхідно інтегрувати навчання цифрової грамотності, яке дозволяє ефективно використовувати сучасні технології, з навчанням фінансової грамотності, що сприяє раціональному управлінню особистими фінансами. Для того, щоб страховий ринок був доступним і корисним для всіх верств населення, необхідно

підвищувати фінансову обізнаність людей, зокрема, пояснювати, як різні види страхування можуть захистити їх від непередбачених ситуацій. Оцінка рівня фінансової грамотності населення України за методикою OECD показала, що українці мають обмежені знання про страхові продукти, що є одним із найнижчих показників серед країн-членів організації. Оцінка рівня фінансової грамотності населення України у 2023 році за міжнародною методикою ОЕСР показала, що лише 58% від максимального балу було набрано, що свідчить про нагальну потребу в розширенні фінансової освіти в країні.

Низька популярність страхових продуктів в Україні свідчить про те, що багато людей не мають достатніх знань про те, як захистити свої особисті заощадження від непередбачених ризиків, таких як хвороба, втрата роботи або пошкодження майна. За показником страхових премій на душу населення, Україна займає одне з останніх місць у світовому рейтингу, що свідчить про низький рівень фінансової захищеності населення та потребу в активізації розвитку страхового ринку: у 2022 році країна посідала 73 місце у ризиковому страхуванні, а страхування життя – 82 місце з 88 країн. Низька щільність страхування в Україні обумовлена низкою факторів, таких як низький рівень доходів населення, недостатня довіра до страхових компаній та обмежений доступ до страхових продуктів. Порівняння обсягу чистих страхових виплат в Україні з аналогічними показниками європейських та світових країн демонструє значний розрив, що свідчить про низький рівень розвитку страхового ринку в Україні та потребу в його активізації. Низький рівень проникнення страхування в Україні обумовлений низкою факторів, таких як низький рівень доходів населення, недостатня довіра до страхових компаній та обмежений доступ до страхових продуктів. За період з 2018 по 2023 рік спостерігалися як періоди зростання, так і періоди спаду валових страхових премій та виплат, що свідчить про складну ситуацію на страховому ринку. Неоднозначна динаміка страхових показників може бути пов'язана з економічною ситуацією в країні, змінами в законодавстві, діями конкурентів та іншими факторами (рис. 2.8).

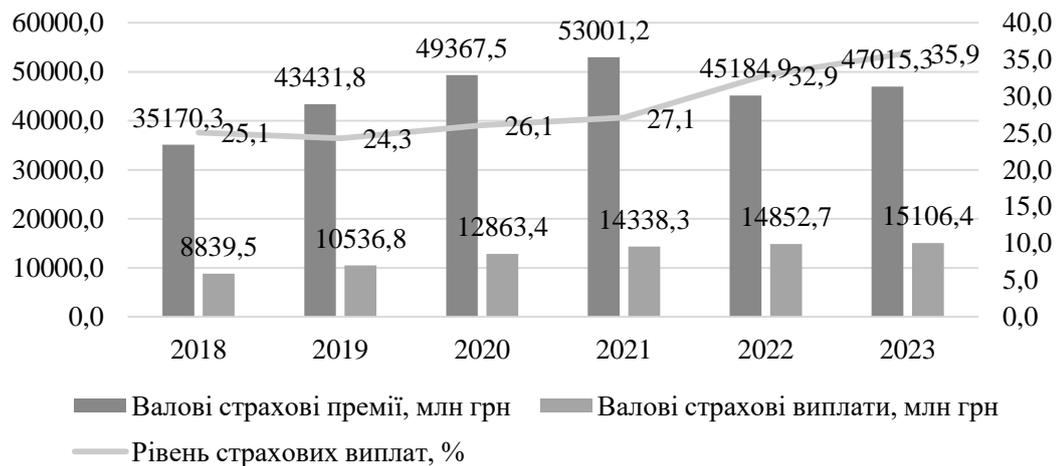


Рис. 2.8. Динаміка валових страхових премій та виплат в Україні протягом 2018-2023 рр.

Недостатня поінформованість про права споживачів страхових послуг призводить до того, що люди не до кінця розуміють, як страхування може захистити їх від фінансових ризиків та забезпечити їм фінансову стабільність. Дані опитування, проведеного в рамках проекту USAID, свідчать про низький рівень використання страхових послуг в Україні, що становить лише 9%, на відміну від 40% у країнах ОЕСР, що вказує на необхідність вжиття заходів для підвищення фінансової грамотності населення та розвитку страхового ринку. Оскільки люди часто не довіряють фінансовим інститутам, вони не схильні користуватися їхніми послугами, такими як страхування, що підтверджується дослідженнями К.В. Грубера, який вважає довіру ключовим фактором для участі у фінансових відносинах.

Для того, щоб підвищити рівень фінансової грамотності населення, необхідно залучити до цього процесу всі зацікавлені сторони: державні органи, які розробляють та впроваджують відповідні програми, та фінансові установи, які безпосередньо надають фінансові послуги. Злагоджена взаємодія державних органів, органів місцевого самоврядування, навчальних закладів, громадських та приватних організацій, а також фінансових установ, спрямована на розвиток фінансової освіти, створить сприятливі умови для підвищення довіри суспільства до страхового сектору та стимулюватиме використання фінансового потенціалу страхових компаній для інвестування в економіку України. Тільки за

умови посилення відповідальності страхових компаній перед клієнтами, їхньої доброчесності та прозорості у наданні фінансових послуг, можна говорити про підвищення довіри споживачів та стабільний розвиток страхового ринку. Для того, щоб зробити фінансові послуги доступними для всіх верств населення, необхідно підвищувати рівень фінансової грамотності, що є одним з пріоритетних напрямків розвитку страхового сектору в Україні. Застосування фінансової інформації на практиці дозволяє не лише ефективно керувати своїми доходами та витратами, але й досягати довгострокових фінансових цілей, таких як купівля власного житла чи забезпечення гідної пенсії, що в цілому сприяє підвищенню рівня фінансового добробуту [64].

Завдяки розвитку інклюзивних фінансових технологій, таких як цифрові страхові платформи, що пропонують мікрострахові продукти, все більше людей з низькими доходами отримують доступ до фінансової захищеності, що сприяє підвищенню їхнього добробуту. Мікростраховування – це новаторський страховий продукт, який характеризується застосуванням інноваційних методів андеррайтингу та нестандартних каналів збуту, що дозволяє задовольнити потреби вразливих верств населення. Практичне застосування цифрових фінансових технологій підтверджує їхню ефективність. Такі технології дозволяють знизити витрати завдяки масштабуванню, прискорити та убезпечити процеси здійснення транзакцій, а також забезпечити персоналізований підхід до надання фінансових послуг, зокрема, для малозабезпечених верств населення. Для забезпечення фінансової захищеності вразливих верств населення в Україні необхідно активно розвивати ринок мікростраховування. Запропонований тип страхового захисту дозволить подолати відчуження від страхування серед малозабезпечених верств населення та підвищити їхню страхову культуру, сприяючи таким чином фінансовій стабільності.

Завдяки розвитку інтернет-технологій та розширенню доступу до мережі, страхові компанії можуть пропонувати широкий спектр недорогих страхових продуктів, що робить страхування доступним для більшої кількості людей. Серед найпоширеніших технологій у страховій галузі можна виділити: аналіз великих даних, штучний інтелект, машинне навчання, телематику, страхування

за принципом «плати, коли їдеш», страхування для інтернету речей, а також використання роботів-консультантів та блокчейну [68].

Для того щоб клієнти могли зручно укласти договори страхування онлайн, здійснювати платежі та отримувати страхові виплати, страховим компаніям необхідно активно розвивати цифрові канали обслуговування та автоматизувати свої бізнес-процеси. Поширення цифрових інновацій в страховому секторі безпосередньо залежить від успішного вирішення таких проблем, як розвиток цифрової інфраструктури, підвищення рівня цифрової грамотності населення та створення сприятливого законодавчого середовища для розвитку цифрової економіки. Аналіз Українського інституту майбутнього виявив, що перехід української економіки на цифрові рейки стримується низкою інституційних, інфраструктурних та державних проблем, які потребують негайного вирішення. Для подолання виявлених проблем необхідно розробити та реалізувати комплекс заходів, спрямованих на реформування державного управління, розвиток інфраструктури та підвищення рівня цифрової грамотності населення (рис. 2.9).



Рис. 2.9. Проблеми, які заважають розвитку цифрових трендів в Україні та перетворенню української економіки на цифрову

Успішне впровадження інклюзивного страхування вимагає від страховиків не лише фінансових інвестицій, але й готовності змінювати свої бізнес-моделі, розробляти інноваційні продукти та послуги, а також будувати довгострокові партнерські відносини з клієнтами. Швидкий розвиток електронної комерції та поява нових гравців на страховому ринку змушують традиційних страховиків активніше впроваджувати інновації, щоб задовольнити зростаючий попит клієнтів на онлайн-послуги. Здатність страхових компаній швидко перетворювати раціональні ідеї в ефективні рішення є ключовим фактором їхньої конкурентоспроможності та дозволяє їм задовольняти потреби клієнтів краще, ніж їхні конкуренти. Швидка реалізація ідей може бути ускладнена рядом факторів, таких як бюрократичні процедури, відсутність необхідних ресурсів або опір змінам з боку співробітників. Завдяки глобалізації та розвитку інтернету, навіть компанії з віддалених регіонів з низьким рівнем технологічного розвитку можуть стати частиною глобальних виробничих ланцюгів, отримуючи доступ до нових ринків, технологій та інвестицій. Це сприятиме значному покращенню економічної ситуації в країні, надавши потужний імпульс для розвитку таких важливих секторів, як промисловість, сільське господарство та, зокрема, страхування [32].

Хоча розвиток технологій та створення зручних онлайн-платформ є важливими кроками для підвищення фінансової інклюзії, для того щоб люди активно користувалися страховими продуктами, необхідно також підвищувати рівень фінансової грамотності населення та адаптувати страхові продукти до потреб різних соціальних груп. Для досягнення успіху необхідно постійно проводити дослідження ринку, щоб глибоко розуміти еволюцію потреб споживачів та створювати продукти і послуги, які ідеально відповідають цим потребам. Одними з основних бар'єрів на шляху до фінансової інклюзії є низький рівень фінансової грамотності населення, відсутність доступу до фінансових установ у віддалених регіонах та висока вартість фінансових послуг для малозабезпечених верств населення.

Інклюзивне страхове середовище – це таке середовище, де кожен може легко знайти страховий продукт, який відповідає його потребам і фінансовим можливостям, і отримати якісне обслуговування. Таке середовище не тільки підвищує зацікавленість людей у фінансових продуктах, але й допомагає їм зрозуміти, як ці продукти можуть покращити їхнє фінансове становище, сприяючи більш раціональному управлінню особистими фінансами.

Рівень залученості до страхування залежить від того, наскільки широкий спектр страхових продуктів доступний на ринку, наскільки зрозумілі умови страхування для споживачів і наскільки ефективно працюють механізми виплати страхових відшкодувань. Основними бар'єрами для залучення всіх верств населення до страхування є висока вартість страхових полісів, складність страхових продуктів і недостатня інформованість населення про переваги страхування.

Створення інклюзивного страхового середовища передбачає не лише усунення фінансових бар'єрів, але й спрощення процедур оформлення страхових полісів, підвищення рівня фінансової грамотності населення та розробку страхових продуктів, які відповідають потребам різних соціальних груп. Успішне вирішення поставлених завдань залежить від постійного вдосконалення технологій, підвищення якості життя людей, розширення доступу до освіти та культури, а також від впровадження сучасних методів управління. Завдяки науковим дослідженням та інноваціям ми можемо створити інклюзивне страхове середовище, яке забезпечить доступ до страхових послуг для всіх верств населення, підвищить фінансову безпеку людей та сприятиме стабільному економічному зростанню [26].

Для того, щоб побудувати ефективне інклюзивне страхове середовище, необхідно забезпечити доступ до якісної фінансової освіти, розробити прості та зрозумілі страхові продукти, а також створити зручні канали для їх придбання. Поточні показники розвитку українського страхового ринку свідчать про низький рівень проникнення страхових послуг, недостатню довіру населення до страхових компаній та обмежений спектр страхових продуктів. Вирішення існуючих проблем потребує комплексного підходу, який включає в себе

підвищення відповідальності страхових компаній, посилення державного регулювання та підвищення фінансової грамотності населення.

Для успішного розвитку страхової галузі та створення інклюзивного середовища необхідна розробка та впровадження спільних програм, спрямованих на підвищення фінансової грамотності населення, розширення доступу до страхових послуг та створення сприятливих умов для діяльності страхових компаній.

2.3. Дослідження впливу економічних та соціальних факторів на розвиток інклюзивного страхування в Україні

Ключовим пріоритетом розвитку страхового ринку України в останні роки стало забезпечення фінансової інклюзивності шляхом розробки та впровадження нових страхових продуктів та послуг. Розширення доступу до фінансових послуг для всіх верств населення є важливим кроком на шляху до створення більш справедливого та процвітаючого суспільства, оскільки воно сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, підвищенню рівня життя та зменшенню соціальної нерівності. Фінансова інклюзія є потужним інструментом для стимулювання економічного зростання, оскільки вона дозволяє залучати нові інвестиції, створювати нові робочі місця та підвищувати рівень споживання. Для забезпечення конкурентоспроможності на ринку страховим компаніям необхідно постійно оновлювати свій продуктивний портфель та розробляти нові страхові продукти, які відповідають потребам сучасних клієнтів та є зручними у використанні [18].

Хоча страховий ринок постійно адаптується до нових викликів, таких як зміна клімату, розвиток технологій та зміни в законодавстві, його фундаментальна мета – забезпечення фінансової стабільності та захисту клієнтів від ризиків – залишається незмінною. Рівень довіри до страхових компаній, сформований культурними та історичними факторами, значно впливає на готовність людей купувати страхові продукти та захищати себе від непередбачених ситуацій. Рівень фінансової грамотності населення

безпосередньо впливає на розуміння необхідності страхування та здатність обирати оптимальні страхові продукти. Хоча український страховий ринок за останні роки досяг певних успіхів, його розвиток стримується низьким рівнем фінансової грамотності населення, обмеженим доступом до інформації про страхові продукти та відсутністю довіри до страхових компаній. Показник проникнення страхових послуг в економіку країни є значно нижчим за бажаний рівень. Аналіз динаміки чистих страхових платежів за останнє десятиліття свідчить про те, що їхня частка у ВВП країни була стабільно низькою і становила в середньому трохи більше 1% (рис.2.10). Значення цього показника є вкрай низьким і продовжує знижуватися, що свідчить про серйозні проблеми в цій сфері та потребу в термінових заходах для покращення ситуації.

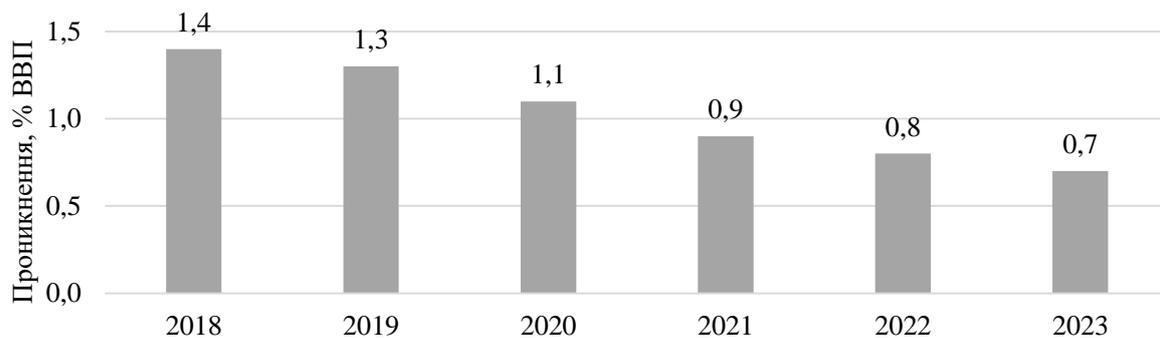


Рис. 2.10. Рівень проникнення страхування в економіку України за 2018-2023 рр.

Низький рівень розвитку страхування життя в Україні є яскравим прикладом того, що наш страховий ринок не має чітко визначеної стратегії розвитку та не задовольняє всі потреби населення. Середній показник страхових виплат за цим видом страхування відносно до ВВП країни є низьким і складає лише 0,1%. Незважаючи на значні темпи зростання, страхування життя все ще не досягло рівня розвитку, необхідного для того, щоб стати основним видом страхування в країні, що свідчить про низку бар'єрів, які стримують його розвиток. Аналіз статистичних даних свідчить про те, що у 2022 році спостерігалось значне зростання популярності страхування життя, частка якого в загальному обсязі страхових премій досягла максимального за останнє

десятиліття значення – 12,4%. Посилення інтересу до накопичувального страхування є позитивним сигналом для страхового ринку, оскільки свідчить про зростання фінансової грамотності населення та їх готовність до довгострокового планування. У розвинених країнах цей вид страхування є одним з найважливіших інструментів фінансової безпеки населення, його частка в загальних страхових преміях становить понад половину і може досягати двох третин, що свідчить про високий рівень довіри до страхових компаній та розвинену культуру страхування. Більшість розвинених країн активно використовують страхування життя як засіб стимулювання особистої відповідальності за фінансове майбутнє та забезпечення гідного рівня життя на пенсії. Високий рівень життя, що характеризується достатніми грошовими доходами населення, створює сприятливі умови для розвитку ринку страхування життя та формування значних особистих заощаджень. Позитивні зрушення, що спостерігаються в цьому сегменті українського страхового ринку, є підставою для оптимістичних прогнозів щодо його подальшого розвитку. Негативна динаміка розвитку ринку страхування життя підтверджується зменшенням кількості застрахованих осіб: на кінець 2023 року їх кількість становила 12,7 млн, що на 1,1 млн менше, ніж у 2018 році. Хоча кількість укладених договорів страхування життя знижується, лише 14% населення має доступ до фінансової захищеності, що забезпечується цим видом страхування, що свідчить про необхідність подальшого розвитку страхового ринку (рис. 2.11).



Рис. 2.11. Динаміка кількості застрахованих осіб протягом 2018-2023 рр.

Низький рівень страхової культури населення є серйозною перешкодою для всебічного розвитку страхового ринку в Україні, оскільки стримує зростання попиту на страхові продукти та довіри до страхових компаній. До недавнього часу страхування життя в Україні було скоріше вимушеним заходом, пов'язаним з оформленням кредитів або поїздками за кордон, ніж свідомим вибором, спрямованим на захист себе та своїх близьких. Недовіра до фінансових установ та системи в цілому значною мірою формує негативне ставлення споживачів до страхових продуктів. Протягом багатьох років негативний досвід окремих споживачів формував у суспільстві стійке переконання щодо ненадійності страхових компаній. Експерти вважають, що для зміни цієї ситуації необхідно вжити комплексних заходів, спрямованих на підвищення довіри до страхового ринку. Рівень виплат страхових відшкодувань є важливим показником, який безпосередньо впливає на формування довіри споживачів до страхових продуктів, що пропонуються на ринку. Аналіз динаміки показника за період з 2018 по 2023 рік свідчить про його поступове зростання, при цьому середнє значення за весь період склало близько 36%. Зокрема, у 2023 році рівень виплат за страхуванням кредитів склав 83,9%, медичним страхуванням – 53,9%, а страхуванням життя – також 53,9%. Отримані дані свідчать про стійкість показника протягом останніх років. Серед страхових продуктів автоцивілка (ОСЦПВ) з показником 47,4% та КАСКО з показником 45,1% демонструють найвищі рівні чистих виплат (рис. 2.12).



Рис. 2.12. Динаміка рівню виплат страхових відшкодувань за 2018-2023 роки, %

Збільшення виплат за всіма видами страхування сприяло б підвищенню довіри українців до страхового сектору і, як наслідок, стимулювало б його розвиток. Для успішного розвитку страхового ринку в Україні необхідно, щоб усі його учасники – посередники, аварійні комісари, працівники страхових компаній та інші – спільно працювали над створенням атмосфери довіри, оскільки саме довіра є найважливішою умовою становлення страхової культури. Незважаючи на деякі позитивні зрушення, рівень страхового покриття населення в Україні залишається низьким, що підтверджується показником щільності страхування, який коливався в межах 59,4-23,9 доларів США на душу населення в період з 2018 по 2023 рік. Така динаміка пов'язана з низкою факторів, серед яких курсові коливання та зниження попиту на страхові послуги через погіршення фінансового стану населення в умовах економічної нестабільності. Станом на початок 2022 року чисті страхові премії на душу населення становили лише 36 доларів США. Жоден з отриманих значень показника щільності страхування не відповідає вимогам для забезпечення стійкого розвитку страхового ринку. Міжнародні дослідження підтверджують, що Україна знаходиться на нижніх позиціях за цим показником серед інших країн. Проведені розрахунки не виявили суттєвих покращень у розвитку страхового ринку, що свідчить про необхідність вжиття додаткових заходів для стимулювання цього сектору. Важливим аспектом є розширення використання страхування як інструменту фінансової безпеки, особливо в умовах підвищення невизначеності.

Подолання низького рівня фінансової грамотності є ключовим для забезпечення інклюзивності страхового ринку та підвищення його ефективності в сприянні соціально-економічному розвитку країни. Поглиблення фінансової грамотності населення щодо страхових продуктів, а саме розуміння їхніх можливостей та переваг, є важливим кроком для розширення доступу до страхових послуг та ефективного використання фінансового потенціалу страхового ринку. Стратегія розвитку страхового сектору України передбачає підвищення фінансової грамотності населення як один із пріоритетних напрямів, оскільки це є ключовим фактором для розширення доступу до страхових послуг

та забезпечення фінансової інклюзивності. Слід зазначити, що коронавірусна пандемія та пов'язані з нею економічні труднощі, такі як зниження доходів населення та скорочення виробництва та повномасштабна війна в Україні, негативно вплинули на попит на страхові продукти та загалом на розвиток страхового сектору в Україні. Обмежені фінансові можливості підприємств та домогосподарств в умовах економічної кризи спричинили переорієнтацію витрат, що призвело до зниження попиту на додаткові страхові продукти. Хоча пандемія мала негативний вплив на економіку, вона також стала поштовхом для розвитку нових страхових продуктів та послуг, що свідчить про позитивні зміни в парадигмі страхування. До позитивних наслідків пандемії належить підвищення обізнаності споживачів про важливість страхового захисту, що проявляється у зростанні попиту на різноманітні страхові продукти, особливо ті, що пов'язані з охороною здоров'я та захистом від непередбачених ситуацій. Споживачі проявляють все більший інтерес до страхових продуктів, які забезпечують фінансову стабільність у разі втрати здоров'я, працездатності або внаслідок кібератак, що свідчить про зростання свідомості щодо цих ризиків. Паралельно з цим, пандемія COVID-19 стала каталізатором для розробки нових страхових продуктів, які надають більш комплексний захист клієнтам. Збільшення попиту на страхові послуги безпосередньо пов'язане з тим, наскільки страхові компанії зможуть адаптувати свою пропозицію до мінливих потреб клієнтів, надаючи їм широкий вибір якісних та актуальних страхових продуктів [10].

Аналіз вітчизняних та зарубіжних наукових досліджень демонструє, що рівень економічного розвитку країни є одним з ключових факторів, що визначають рівень фінансової інклюзії її населення. Дослідження показують, що країни з високим ВВП на душу населення зазвичай мають розвиненіші фінансові системи, що сприяє більшій фінансовій інклюзії населення. Рівень фінансової інклюзії в країні залежить не тільки від економічного розвитку, але й від таких факторів, як монетизація економіки, доступність кредитів та поширення цифрових технологій. Очікування відновлення економіки після пандемії були пов'язані з надіями на збільшення попиту на страхові продукти та, як наслідок,

на зменшення страхового розриву, що було однією з пріоритетних задач економічної політики як на глобальному, так і на національному рівні. Проте нині українська економіка та страховий сектор опинилися в складній ситуації, стикнувшись з низкою нових викликів і загроз. Російська агресія завдала непоправної шкоди українській економіці, знищивши підприємства, зруйнувавши міста та села, а також спричинивши значне скорочення виробництва.

Війна створює для страхового ринку безпрецедентні виклики, такі як збільшення кількості страхових випадків, зростання вартості відновлення пошкодженого майна, уповільнення економічного зростання, що призводить до зменшення страхових премій, та підвищення волатильності фінансових ринків, що може призвести до значних втрат інвестицій страхових компаній. Враховуючи тісний зв'язок між фінансовою інклюзією, економічним зростанням та рівнем життя, а також розуміючи, що російська агресія посилила фінансову ізоляцію України, важко точно оцінити, як це вплине на доступність та якість страхових послуг для населення. Низький рівень проникнення страхування в першу чергу пояснюється пасивністю населення щодо придбання страхових продуктів, що пов'язано з низькою купівельною спроможністю, недовірою до страховиків та недостатньою обізнаністю про переваги страхування. Можливі обмеження на страхові виплати можуть підштовхнути клієнтів до придбання додаткових страхових продуктів. Війна є подією, яка за своїм характером виходить за межі стандартних страхових ризиків, тому збитки, завдані внаслідок воєнних дій, як правило, не компенсуються. Це зумовлено тим, що стандартні страхові поліси, які пропонують українські страхові компанії, не включають до переліку страхових випадків події, пов'язані з військовими діями, оскільки такі події вважаються надзвичайними і неможливими для точного прогнозування. Варто зазначити, що в Україні відсутня спеціалізована програма страхування, яка б дозволяла підприємствам та фізичним особам захистити себе від збитків, спричинених військовими діями, політичними потрясіннями та іншими пов'язаними з ними ризиками. Проте, не всі страхові компанії в Україні готові надавати такі послуги, оскільки це вимагає залучення ресурсів потужних

міжнародних перестраховальників. Представники страхової галузі висловили пропозицію щодо механізму компенсації збитків, завданих війною. Вони вважають, що кошти для відшкодування мають бути отримані шляхом стягнення з Росії, зокрема за рахунок конфіскованих за кордоном активів [70].

Фінансова інклюзія є однією з ключових цілей розвитку страхового ринку. Для її досягнення необхідно створити сприятливі умови для споживачів, зокрема забезпечити їхній належний захист. Нові вимоги Національного банку України, які набули чинності з 1 липня 2020 року, покликані підвищити рівень захисту прав споживачів страхових послуг, навіть у складних умовах воєнного стану. Незважаючи на складні умови, учасники ринку повинні зробити все можливе для виконання своїх зобов'язань перед клієнтами, відповідно до вимог НБУ. Впровадження сучасних цифрових технологій у страхову галузь дозволило автоматизувати багато процесів, пов'язаних з врегулюванням страхових випадків, що значно скоротило терміни виплат і підвищило прозорість взаємодії між страховиками та клієнтами. Страховим компаніям рекомендується впроваджувати практики, що передбачають широке використання електронних документів та копій замість оригіналів, особливо у випадках, коли отримання оригіналів є складним або неможливим. Це дозволить значно пришвидшити процес врегулювання страхових випадків та покращити якість обслуговування клієнтів.

Діджиталізація є потужним інструментом для підвищення рівня фінансової інклюзії, особливо в секторі страхування. Згідно з дослідженнями, цей напрямок має найбільший потенціал для розвитку і стане одним з ключових драйверів зростання страхового ринку в найближчому майбутньому. Пандемія COVID-19 стала потужним стимулом для розвитку дистанційних електронних форматів в страховій галузі. Обмеження на пересування та соціальні контакти змусили страхові компанії активно впроваджувати нові технології, що дозволило забезпечити безперервність надання страхових послуг та адаптуватися до нових умов роботи. Поширення електронної комерції в страхуванні суттєво впливає на доступність страхових продуктів для населення і вимагає підвищення рівня цифрової грамотності. Різноманітність цифрових страхових продуктів,

доступних онлайн, дозволяє кожному вибрати оптимальний варіант страхування, не витрачаючи час на відвідування фінансової установи. Це значно спрощує процес придбання страхового поліса та робить його доступним для ширшого кола споживачів. Хоча цифрові страхові продукти відкривають нові можливості, вони можуть стати причиною соціальної ізоляції для людей похилого віку або тих, хто має обмежений доступ до інтернету. Це пов'язано з тим, що не всі люди мають достатній рівень цифрової грамотності, необхідний для самостійного оформлення полісів та використання онлайн-сервісів [55].

Міністерство цифрової трансформації ставить за мету широке впровадження цифрових технологій та електронних послуг в усі сфери української економіки. Створений у вересні 2019 року, цей державний орган покликаний забезпечити ефективну цифровізацію країни. До сфери його діяльності входять розробка та впровадження цифрових технологій, створення цифрової інфраструктури, підтримка цифрових стартапів та формування сприятливого середовища для розвитку цифрової економіки. Його завдання полягає у створенні умов для ефективного функціонування електронного урядування, розширенні доступу громадян до державних послуг в електронному вигляді, розвитку інформаційного суспільства та підтримці цифрових інновацій.

З метою подолання цифрової нерівності та підвищення рівня цифрової грамотності населення, на початку 2020 року в Україні стартувала масштабна ініціатива. Її головним інструментом стала національна онлайн-платформа Dia Digital Education, яка пропонує широкий спектр безкоштовних курсів з різних аспектів цифрової грамотності. Ця платформа дозволяє кожному охочому, незалежно від віку та рівня початкових знань, опанувати сучасні цифрові навички та стати більш конкурентоспроможним у цифровому світі. Більше мільйона українців активно використовують можливість безкоштовно навчатися цифровим навичкам. Фінансова інклюзія – це складний процес, який вимагає комплексного підходу. Досягнення цієї мети неможливе без тісної взаємодії державних органів та бізнесу. Спільними зусиллями вони можуть створити сприятливі умови для розвитку страхового ринку, розробити інноваційні фінансові продукти та послуги, а також підвищити фінансову грамотність

населення. «Дія» – це інноваційний мобільний додаток, який дозволяє українцям зберігати та використовувати свої документи в електронному вигляді. Завдяки інтеграції з різними державними реєстрами, «Дія» забезпечує швидкий та зручний доступ до державних послуг. Це справжній прорив у сфері електронного урядування, який робить взаємодію громадян з державою більш простою та прозорою. Наприклад, дані про страховий поліс автоцивілки автоматично синхронізуються з «Дією» з відповідних баз даних. Станом на сьогодні, ринок обов'язкового автоцивільного страхування в Україні нараховує понад 8 мільйонів укладених договорів. Це свідчить про високий рівень відповідальності українських водіїв та успішну реалізацію державної політики у сфері страхування. Підключення страхових компаній до платформи «Дія», розробленої Міністерством цифрової трансформації України, відкриває нові можливості для підвищення якості обслуговування клієнтів. Інтеграція з цією платформою дозволить спростити процедури оформлення та управління полісами, забезпечити швидкий та зручний доступ до інформації про договори страхування, а також підвищити рівень довіри клієнтів до страхових компаній. Співпраця страхових компаній з платформою «Дія» та використання сучасних CRM-систем дозволить не тільки автоматизувати рутинні процеси, але й покращити якість обслуговування клієнтів. Завдяки цьому, страхові компанії зможуть швидше розглядати страхові випадки, надавати клієнтам актуальну інформацію про стан розгляду справи та спростити процедуру отримання страхових виплат. За даними на кінець 2022 року, «Дією» активно користувалися понад 14 мільйонів наших співвітчизників. Аналіз партнерської мережі «Дії» на кінець 2022 року показав, що серед великої кількості підприємств, установ та організацій, які інтегрували свої сервіси з платформою, представництво страхового сектору було недостатнім. Лише дві страхові компанії – ТДВ «СК «ЕКСТРА» та ПрАТ «СК «ТАС Життя» – змогли налагодити співпрацю з «Дією».

Подальший успіх страхової галузі в напрямку інклюзивного розвитку безпосередньо залежить від готовності страхових компаній та інших суб'єктів страхування інвестувати в розробку та впровадження інноваційних продуктів і

послуг, які відповідають потребам різних груп населення. Крім того, важливим є створення довгострокових партнерських відносин зі страхувальниками, заснованих на взаємодовірі та розумінні їхніх потреб. Вихід на ринок нових гравців та зростання попиту на онлайн-страхування змушують страхові компанії шукати нові шляхи для залучення та утримання клієнтів. Створення технічних умов для доступу до страхових продуктів та послуг є важливим кроком на шляху до фінансової інклюзії. Однак, для того щоб зробити страхові послуги доступними та зрозумілими для широких верств населення, необхідно вирішити ряд додаткових завдань, таких як підвищення фінансової грамотності населення, розробка та просування інноваційних страхових продуктів, а також створення сприятливого регуляторного середовища. Забезпечення фінансової інклюзії означає створення таких фінансових послуг, які відповідають різноманітним потребам кожного клієнта [45].

У сучасних умовах, коли держава ставить амбітні цілі щодо економічного зростання та підвищення добробуту громадян, питання фінансової інклюзії набуває особливої актуальності. Розвиток страхового ринку та забезпечення доступності страхових послуг для всіх верств населення є одним із важливих елементів досягнення цих цілей. Інклюзивність у страхуванні – це концепція, яка передбачає, що всі люди мають рівні можливості для отримання страхового захисту. Це означає, що страхові продукти та послуги повинні бути доступними, зрозумілими та адаптованими до потреб різних категорій населення, незалежно від їхнього віку, статі, доходу, місця проживання та інших характеристик. Вирішення проблем, пов'язаних з розвитком інклюзивного страхового сектору, є складним завданням, яке вимагає комплексного підходу. Ці проблеми тісно взаємопов'язані між собою і впливають одна на одну, тому для їх ефективного вирішення необхідно розробити та впровадити комплекс заходів, що враховують як макроекономічні, так і соціальні фактори, а також особливості функціонування страхового ринку. Значний потенціал страхового ринку для розвитку та його важлива роль у забезпеченні фінансової інклюзії свідчать про необхідність активних дій у цьому напрямку з метою забезпечення фінансової інклюзії, підвищення рівня захисту прав споживачів та стимулювання розвитку

страхового ринку необхідно вжити низку заходів. Зокрема, це стосується розробки нових страхових продуктів, які б відповідали потребам різних категорій населення, посилення співпраці між державою та страховиками, підвищення фінансової обізнаності та цифрової грамотності населення, а також забезпечення персоналізації страхових послуг.

Висновки до розділу 2

Будучи важливим елементом фінансової системи, страхування життя сприяє мобілізації довгострокових інвестицій, що позитивно впливає на економічне зростання та соціальний розвиток. Аналіз даних за період з 2018 по 2023 рік свідчить про негативну тенденцію до скорочення кількості страхових компаній. Аналіз свідчить про більш значне скорочення кількості компаній на ринку нежиттєвого страхування (на 135), порівняно з ринком життєвого страхування (на 18), що може свідчити про різну стійкість цих сегментів до ринкових змін. Проаналізувавши динаміку укладення договорів страхування за досліджуваній період, можна зробити висновок про відсутність стійкої тенденції до зростання або спаду кількості укладених договорів

Кількість укладених страхових полісів за період з 2018 по 2023 роки демонструє стійку тенденцію до зниження, що може свідчити про погіршення економічної ситуації або зміну поведінки споживачів. Починаючи з 2018 року спостерігається стійка тенденція до скорочення кількості укладених договорів страхування, що вказує на загальне уповільнення активності на страховому ринку.

Аналіз динаміки валових страхових премій за аналізований період демонструє стійку тенденцію до зростання, що свідчить про активний розвиток страхового ринку та підвищення попиту на страхові продукти з боку як фізичних, так і юридичних осіб.

Цифрова трансформація охоплює всі сфери економіки, і страховий сектор не є винятком. Сучасний споживач очікує від компаній індивідуального підходу та зручних сервісів. Україна, прагнучи побудувати сучасну державу, що

орієнтована на громадянина, активно впроваджує цифрові технології та переймає досвід країн-лідерів. Insurtech – це інноваційний підхід, який використовує технології для трансформації традиційної страхової галузі. Незважаючи на певні труднощі, Україна демонструє прагнення до розвитку фінансових технологій. Свідченням цього є запуск Національним банком України у 2017 році спеціального проекту з розвитку фінтеху.

Сучасне розвинуте суспільство характеризується прагненням створити таке середовище, де кожна людина, незалежно від її особливостей, має рівні можливості для участі у всіх сферах життя та реалізації свого потенціалу. Для створення інклюзивного страхового ринку необхідно не лише усунути існуючі бар'єри, але й активно залучати нових клієнтів, підвищуючи рівень їхньої фінансової грамотності та довіри до страхових продуктів. Для того, щоб побудувати ефективне інклюзивне страхове середовище, необхідно забезпечити доступ до якісної фінансової освіти, розробити прості та зрозумілі страхові продукти, а також створити зручні канали для їх придбання.

У сучасних умовах, коли держава ставить амбітні цілі щодо економічного зростання та підвищення добробуту громадян, питання фінансової інклюзії набуває особливої актуальності. Розвиток страхового ринку та забезпечення доступності страхових послуг для всіх верств населення є одним із важливих елементів досягнення цих цілей. Інклюзивність у страхуванні – це концепція, яка передбачає, що всі люди мають рівні можливості для отримання страхового захисту. Це означає, що страхові продукти та послуги повинні бути доступними, зрозумілими та адаптованими до потреб різних категорій населення, незалежно від їхнього віку, статі, доходу, місця проживання та інших характеристик. Вирішення проблем, пов'язаних з розвитком інклюзивного страхового сектору, є складним завданням, яке вимагає комплексного підходу.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНКЛЮЗИВНИХ ІННОВАЦІЙ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

3.1. Стратегії стимулювання розвитку інклюзивних інновацій у страховій галузі

Ефективна комунікація зі страхувальниками є ключовим фактором успіху для будь-якої страхової компанії. Страховики повинні постійно підтримувати діалог зі своїми клієнтами, щоб задовольняти їхні потреби та підвищувати рівень лояльності. Комплекс маркетингових комунікацій, що застосовується страховиками та іншими зацікавленими сторонами, традиційно включає чотири основні інструменти, запропоновані Американською асоціацією маркетингу у 1960 році. Ці чотири інструменти маркетингових комунікацій стали основою для багатьох сучасних маркетингових стратегій, зокрема, у страховій галузі (рис. 3.1) [28].

1. Реклама є невід’ємною частиною маркетингової стратегії будь-якої страхової компанії, оскільки вона дозволяє донести до цільової аудиторії інформацію про страхові послуги та сформувати позитивний імідж бренду. Успіх рекламної кампанії інклюзивних страхових продуктів залежить від чіткого визначення чотирьох ключових аспектів. Складові успішної рекламної кампанії включають визначення мети, аналіз потенційних бар’єрів, формулювання бажаних результатів та встановлення часових рамок. Мета рекламної кампанії повинна бути чітко визначена і може полягати в інформуванні, переконанні або нагадуванні.

2. Стимулювання збуту в страхуванні – це комплекс маркетингових заходів, спрямованих на короткострокове підвищення попиту на страхові продукти.

3. Зв'язки з громадськістю в страхуванні – це процес інформування громадськості про важливість страхування, особливості страхових продуктів та переваги співпраці з конкретною страховою компанією.

4. Особисті продажі – це форма маркетингової комунікації, що передбачає усне представлення продукту або послуги потенційному клієнту з метою здійснення продажу. Для страховиків пріоритетним завданням є розробка ефективної комунікаційної стратегії для популяризації інклюзивних страхових продуктів серед цільової аудиторії.

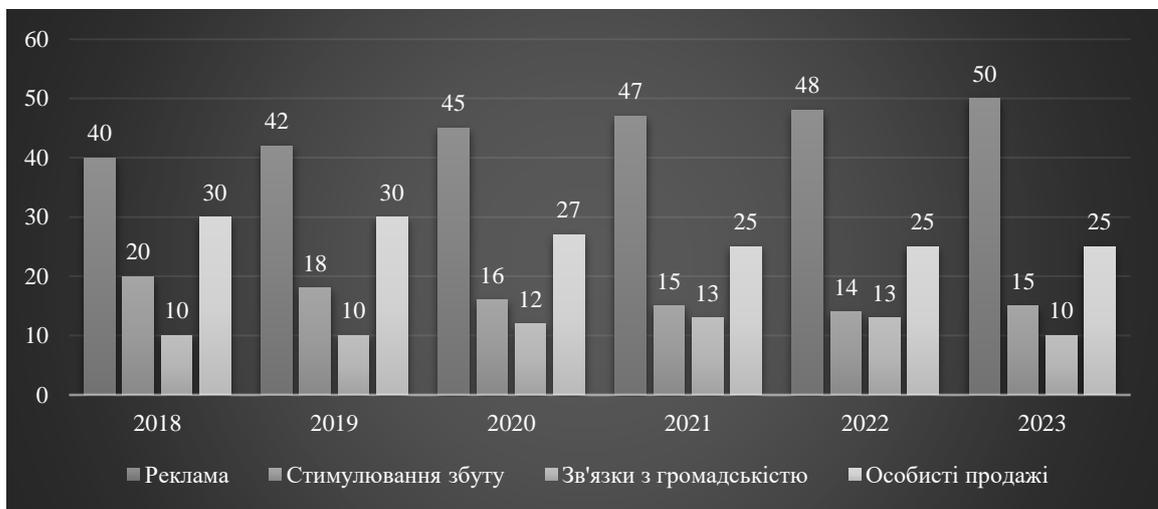


Рис. 3.1. Динаміка розподілу бюджету на просування страхових продуктів за 2018-2023 роки, %

Використовуючи модель комунікації Ласвелла як основу, страховики можуть оптимізувати процес донесення інформації про інклюзивні страхові продукти до цільової аудиторії, визначивши ключових комунікаторів, зміст повідомлень, канали поширення, цільові групи та очікувані результати [65].

1. Визначення цільової аудиторії. Визначення чіткого портрета цільової аудиторії, що включає потенційних клієнтів, існуючих клієнтів, key opinion leaders та осіб, що приймають рішення, є необхідним кроком для розробки ефективної маркетингової стратегії. Для успішного впровадження інклюзивних страхових продуктів необхідно ідентифікувати цільові групи, які найбільш потребують таких продуктів і послуг, наприклад, люди з хронічними

захворюваннями, саодинокі батьки або люди похилого віку. Аналіз аудиторії передбачає проведення дослідження, спрямованого на визначення ставлення споживачів до компанії та її пропозицій. Ефективність маркетингових кампаній для нових страхових продуктів залежить від того, наскільки вдало нам вдасться сформуваи позитивне ставлення до них у споживачів.

2. Визначення комунікаційних цілей. Ключовим завданням комунікаційної стратегії є формування позитивного іміджу страхової компанії як соціально відповідального бізнесу, який дбає про своїх клієнтів та суспільство в цілому. Особлива увага приділяється інклюзивним інноваціям, тобто розробці продуктів та послуг, які відповідають потребам всіх верств населення, незалежно від їхніх особливостей. Компанія прагне досягти цього шляхом:

- просування цінностей рівності та доступності: демонструючи, що страхування доступне для всіх;
- підтримки соціальних ініціатив: активно брати участь в соціальних проєктах, що відповідають цінностям компанії;
- створення інклюзивного середовища для співробітників: забезпечення рівних можливостей для всіх працівників.

3. Зміст повідомлення. Ефективне маркетингове повідомлення має три складові – зміст, форму та джерело. Зміст визначає, яку інформацію ми передаємо, форма – як ми це робимо, а джерело – хто є автором повідомлення. Завдання маркетолога – збалансувати ці три елементи таким чином, щоб максимально вплинути на аудиторію.

4. Щоб ефективно донести своє повідомлення до клієнтів, страховій компанії необхідно обрати оптимальні канали комунікації. Зазвичай, канали поділяються на особисті (прямий контакт з клієнтом) та неособисті (масові комунікації). Крім того, канали можна класифікувати за типом джерела повідомлення: адвокаційні (продавці компанії), експертні (незалежні експерти) та соціальні (оточення клієнта).

У багатьох випадках усний формат комунікації є найбільш ефективним для переконання потенційних клієнтів. Особливо це стосується дорогих,

ризикованих або рідкісних товарів, а також продуктів, які мають високий соціальний статус. За словами Котлера, компанії можуть значно підвищити ефективність своїх продажів, стимулюючи позитивні рекомендації від задоволених клієнтів та інших впливових осіб:

а) ідентифікуйте лідерів думок серед представників різних спільнот, які можуть впливати на рішення щодо страхування. Це можуть бути блогери, які пишуть про фінансову грамотність, представники громадських організацій, що займаються захистом прав людей з інвалідністю тощо. Співпрацюйте з ними для створення контенту, який буде резонувати з їхньою аудиторією;

б) запропонуйте бета-тестування інноваційних продуктів представникам цільових груп. Це допоможе отримати зворотний зв'язок і створити лояльну спільноту користувачів;

в) співпрацюйте з представниками громадських організацій, які працюють з різними групами населення. Наприклад, для просування продуктів для людей з інвалідністю можна співпрацювати з відповідними асоціаціями;

г) запросіть людей, які особисто скористалися перевагами ваших інноваційних продуктів, поділитися своїми історіями. Це допоможе подолати недовіру і створити позитивний імідж продукту;

д) створіть рекламні кампанії, які демонструють, як ваші інноваційні продукти вирішують конкретні проблеми, з якими стикаються різні групи населення. Наприклад, для людей з обмеженими можливостями можна підкреслити, як ваш продукт забезпечує більшу незалежність.

5. Розподіл загального бюджету просування. При встановленні бюджету просування для страхових продуктів, особливо інноваційних і спрямованих на інклюзивність, необхідно враховувати кілька ключових факторів:

– довгостроковість відносин: страхування – це продукт, який часто купується на довгий термін. Тому фокус має бути не тільки на швидких продажах, а й на побудові довгострокових відносин з клієнтами;

– довіра: сектор страхування базується на довірі. Інноваційні продукти, особливо для вразливих груп, потребують додаткових зусиль для побудови довіри;

– освіта: клієнтам часто потрібна додаткова інформація, щоб зрозуміти складні страхові продукти. Це вимагає інвестицій в освітні кампанії;

– інклюзивність: маркетингові повідомлення мають бути зрозумілими і доступними для всіх цільових аудиторій, включаючи людей з обмеженими можливостями, малозабезпечені верстви населення та інші вразливі групи.

Метод доступності – може бути використаний для невеликих страхових компаній або для нових, інноваційних продуктів. Однак, необхідно враховувати, що недостатнє фінансування може обмежити ефективність просування і уповільнити зростання.

Метод відсотка від продажів – може бути ефективним для стабільних страхових продуктів. Однак, для інноваційних продуктів цей метод може бути менш доречним, оскільки обсяг продажів спочатку може бути низьким.

Метод конкурентного паритету – цей метод може бути корисним для оцінки загального рівня інвестицій у маркетинг на ринку. Однак, не варто сліпо копіювати конкурентів.

Метод цілей і завдань – це найкращий метод для встановлення бюджету для інноваційних страхових продуктів. Він дозволяє точно визначити необхідні ресурси для досягнення конкретних маркетингових цілей.

6. Прийом рішень щодо комплексу просування. При розподілі бюджету на різні інструменти просування страхових продуктів, необхідно враховувати наступні фактори:

1) тип товару – для складних страхових продуктів (наприклад, медичне страхування) важливо використовувати освітні кампанії, які допоможуть клієнтам зрозуміти переваги продукту. Для простих продуктів (наприклад, страхування життя) можна використовувати більш емоційні апеляції;

2) стадія життєвого циклу продукту – для нових продуктів акцент слід робити на підвищенні обізнаності та створенні іміджу. Для зрілих продуктів важливо підтримувати лояльність існуючих клієнтів та залучати нових;

3) цільова аудиторія – для різних сегментів аудиторії можуть бути ефективні різні канали комунікації. Наприклад, для молоді можна використовувати соціальні мережі, а для старшого покоління - традиційні медіа.

Розподіл бюджету залежить від загальної суми, яка виділяється на просування. Необхідно визначити пріоритети та сконцентруватися на найбільш ефективних каналах. При розподілі бюджету на просування страхових продуктів необхідно враховувати специфіку ринку, особливості продукту і цільової аудиторії. Використання збалансованої рекламної суміші, яка включає різні інструменти, дозволить досягти максимальної ефективності маркетингових кампаній.

7. Вимірювання ефективності маркетингових кампаній є критично важливим для будь-якого бізнесу, особливо для страхових компаній, які пропонують інноваційні продукти, спрямовані на інклюзивність. Це дозволяє оцінити ефективність інвестицій, внести корективи в стратегію, приймати обґрунтовані рішення. При вимірюванні ефективності маркетингових кампаній для інклюзивних продуктів необхідно враховувати наступні аспекти (рис. 3.2):

а) різноманітність цільової аудиторії – необхідно розробляти окремі опитувальники та використовувати різні канали комунікації для різних сегментів аудиторії;

б) доступність – матеріали для збору даних повинні бути доступними для людей з обмеженими можливостями;

в) конфіденційність – необхідно забезпечити конфіденційність особистої інформації респондентів.

Вимірювання ефективності маркетингових кампаній для інклюзивних страхових продуктів є складним, але необхідним завданням. Регулярний аналіз даних дозволить оптимізувати маркетингові стратегії, підвищити ефективність інвестицій і забезпечити досягнення поставлених цілей.

8. В умовах зростаючої конкуренції на страховому ринку та посилення фокусу на інклюзивності, ефективне управління процесом маркетингової комунікації стає ключовим фактором успіху. Інтегровані маркетингові комунікації (ІМК) передбачають узгоджену роботу всіх комунікаційних інструментів для створення єдиного, послідовного та переконливого повідомлення про компанію та її продукти. Це особливо важливо для страхових компаній, які пропонують інноваційні продукти, оскільки їм необхідно не тільки інформувати про продукт, але й будувати довіру та лояльність клієнтів.

Особливості ІМК для інклюзивних страхових продуктів [52].

1. Фокус на різноманітності – всі маркетингові матеріали повинні відображати різноманітність суспільства і включати представників різних груп.

2. Доступність – комунікаційні матеріали повинні бути доступними для людей з різними видами інвалідності (наприклад, використовувати альтернативний текст для зображень, забезпечити сумісність з технологіями для людей з вадами зору).

3. Партнерство з громадськими організаціями – співпраця з організаціями, які представляють інтереси людей з інвалідністю, допоможе підвищити довіру до продукту.

4. Реальні історії – використання історій людей, які скористалися перевагами продукту, для створення емоційного зв'язку з аудиторією.

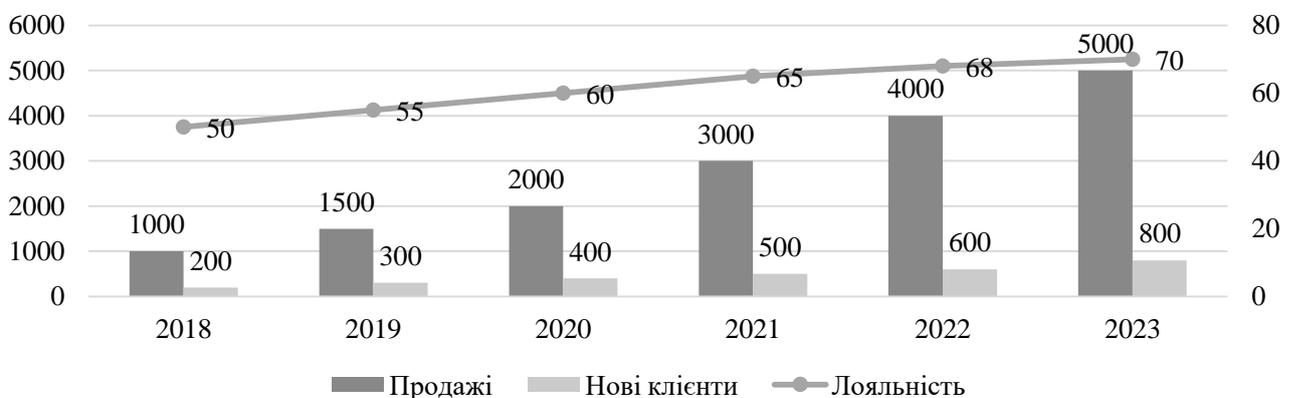


Рис. 3.2. Динаміка ключових показників ефективності маркетингових кампаній за 2018-2023 роки

Інтегровані маркетингові комунікації є ключовим інструментом для успішного просування інклюзивних страхових продуктів. Завдяки ІМК страхові компанії можуть створити сильну бренд-ідентичність, побудувати довіру клієнтів та досягти своїх бізнес-цілей.

Найвищим ступенем персоналізації в маркетингу є індивідуальний маркетинг, де пропозиції та маркетингові активності точно підлаштовуються під потреби та вподобання кожного окремого клієнта або компанії. Сучасні бізнеси використовують різноманітні підходи для досягнення такої високої міри персоналізації [51].

1. Масовий маркетинг у традиційному розумінні не є ефективним підходом для страхового ринку, особливо при розробці інклюзивних продуктів. Для досягнення успіху страхові компанії повинні переходити до більш персоналізованих і сегментованих підходів, які враховують різноманітність потреб і очікувань клієнтів.

2. Поняття «маркетинг різноманітних продуктів» в контексті страхового ринку та інклюзивних інновацій означає створення широкої лінійки страхових продуктів, які задовольняють різноманітні потреби клієнтів. Такий підхід дозволяє страховим компаніям не тільки збільшити свої продажі, але й зміцнити свою репутацію на ринку.

Ключові принципи: різноманітність (продукти повинні відрізнятися за характеристиками, щоб задовольнити різні потреби), індивідуальний підхід (кожен клієнт повинен мати можливість обрати продукт, який найбільш відповідає його потребам), інклюзивність (продукти повинні бути доступними і зрозумілими для всіх категорій населення). Застосовуючи цей підхід, страхові компанії можуть створити більш інклюзивний та клієнтоорієнтований страховий ринок.

3. Традиційне розуміння цільового маркетингу передбачає поділ ринку на сегменти за певними критеріями (вік, стать, дохід, інтереси тощо) та розробку окремих маркетингових пропозицій для кожного сегмента. У страховому секторі, особливо при розробці інклюзивних продуктів, цільовий маркетинг

набуває особливого значення. Він дозволяє: ідентифікувати конкретні потреби (визначити, які саме страхові продукти необхідні різним групам населення), розробити персоналізовані пропозиції (створити страхові продукти, які відповідають специфічним потребам кожного сегмента), ефективніше використовувати маркетинговий бюджет (сконцентрувати маркетингові зусилля на найбільш перспективних сегментах), створити більш міцні відносини з клієнтами (демонструвати розуміння їхніх потреб та інтересів).

Традиційне розуміння сегментації споживчих ринків передбачає поділ ринку на групи споживачів за певними характеристиками, такими як географічне розташування, вік, стать, дохід, стиль життя тощо. Цей підхід дозволяє компаніям створювати більш цільові маркетингові пропозиції. У страховому секторі сегментація ринку є ключовим інструментом для розробки та просування інклюзивних продуктів. Вона дозволяє:

1) ідентифікувати незрозумілі потреби – виявити специфічні потреби різних груп населення, які можуть бути недоступні для традиційних страхових продуктів;

2) розробити персоналізовані пропозиції – створити страхові продукти, які відповідають унікальним потребам кожного сегмента;

3) оптимізувати маркетингові кампанії – сконцентрувати маркетингові зусилля на найбільш перспективних сегментах;

4) створити більш інклюзивні продукти – забезпечити, щоб страхові продукти були доступними і зрозумілими для всіх груп населення.

Приклади сегментації в інклюзивному страхуванні.

1. Географічна сегментація – розподіл ринку на регіони з різними рівнями доходу, кліматичними умовами та рівнем розвитку інфраструктури (рис. 3.3).

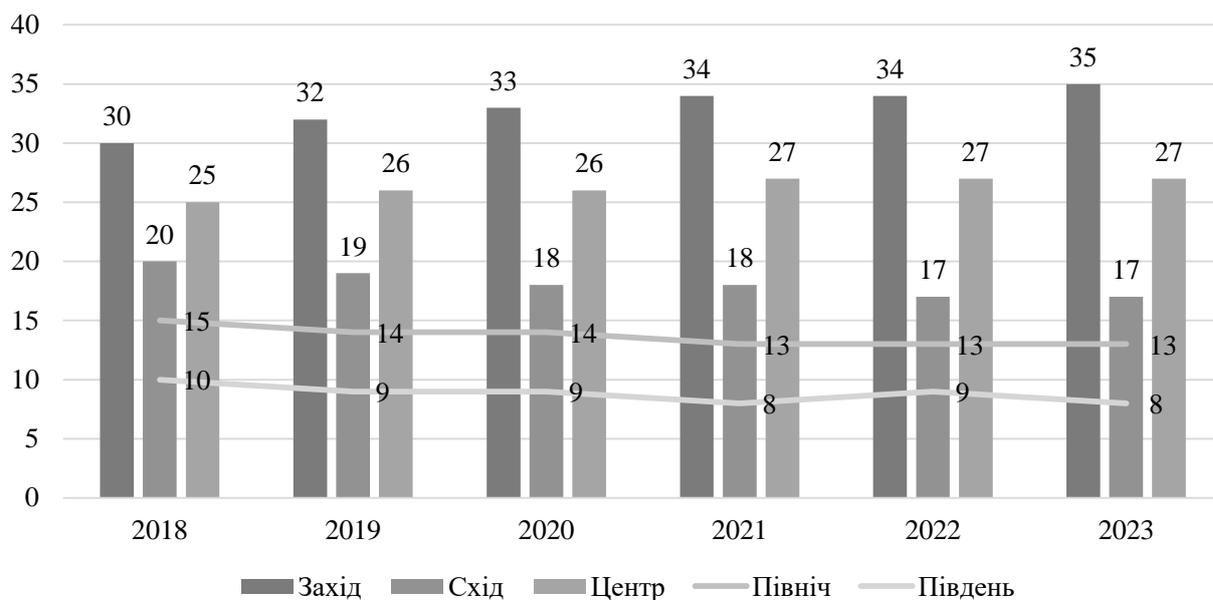


Рис. 3.3. Географічна сегментація в інклюзивному страхуванні за 2018-2023 роки, %

2. Демографічна сегментація – сегментація за віком, статтю, сімейним станом, рівнем освіти, етнічною приналежністю, станом здоров'я (рис. 3.4).

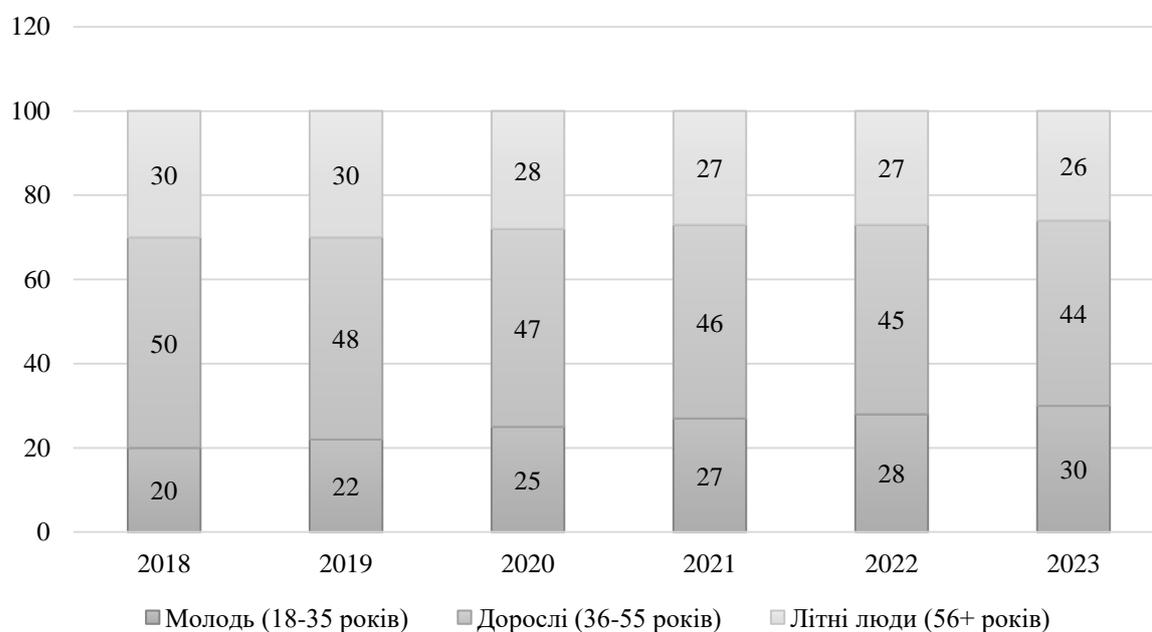


Рис. 3.4. Демографічна сегментація в інклюзивному страхуванні за 2018-2023 роки, %

3. Психологічна сегментація – сегментація за стилем життя, цінностями, ставленням до ризику (рис. 3.5).

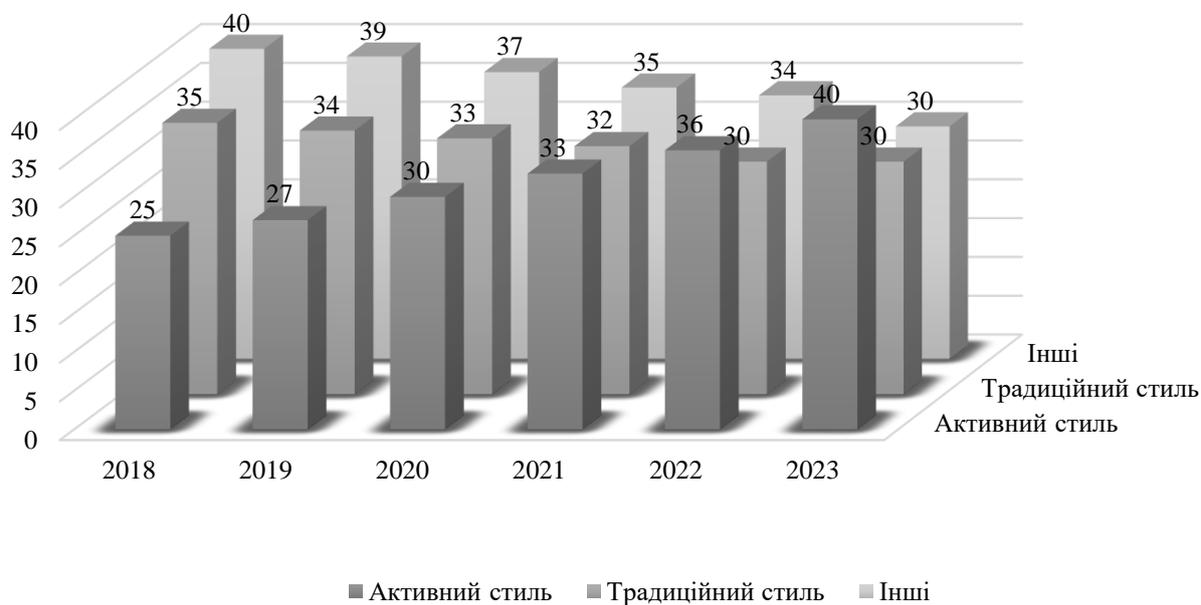


Рис. 3.5. Психологічна сегментація в інклюзивному страхуванні за 2018-2023 роки, %

4. Поведінкова сегментація – сегментація за частотою використання страхових продуктів, лояльністю до бренду, чутливістю до ціни (рис. 3.6).

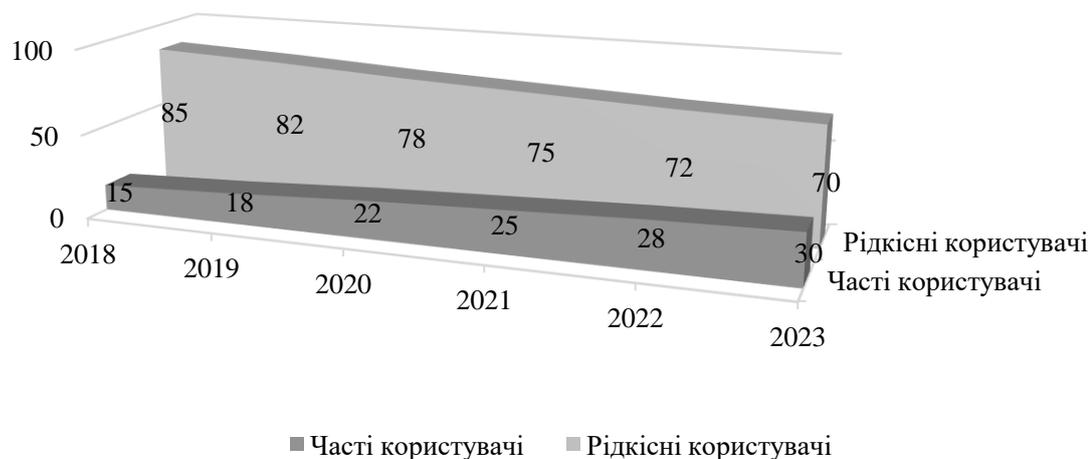


Рис. 3.6. Поведінкова сегментація в інклюзивному страхуванні за 2018-2023 роки, %

Інклюзивні аспекти сегментації включають наступні:

- сегментація за потребами: визначення специфічних страхових потреб людей з інвалідністю, хронічними захворюваннями, представників національних меншин;

- сегментація за рівнем фінансової доступності: створення сегментів за рівнем доходу та розробка продуктів з різними рівнями покриття і цінами;

- сегментація за рівнем фінансової грамотності: створення продуктів з різним рівнем складності та надання відповідної інформаційної підтримки.

Ефективна сегментація страхового ринку повинна демонструвати чотири основні характеристики.

1. Вимірність:

- кількість потенційних клієнтів – визначення кількості людей, які входять до сегмента та можуть бути зацікавлені у страхових продуктах;

- середній розмір страхового полісу – оцінка потенційного доходу від кожного клієнта в сегменті;

- частота звернень – оцінка частоти виплат за страховими випадками для кожного сегмента.

2. Істотність:

- розмір сегмента – чи достатньо великий сегмент, щоб виправдати розробку спеціальних страхових продуктів?

- прибутковість сегмента – чи є сегмент достатньо прибутковим, щоб покрити витрати на розробку та просування продуктів?

- соціальна значимість – на скільки важливий цей сегмент для суспільства та чи відповідає його страхування соціальним цілям компанії?

3. Доступність:

- географічна доступність – чи є можливість досягти клієнтів в різних регіонах?

- канали дистрибуції – чи є ефективні канали для продажу страхових продуктів цьому сегменту (агенти, онлайн-платформи, партнерські мережі)?

– можливість комунікації – чи можна ефективно донести інформацію про страхові продукти до представників сегмента (мова, культурні особливості)?

4. Дійсність:

– релевантність продуктів – чи відповідають страхові продукти потребам і очікуванням клієнтів в сегменті?

– ефективність маркетингових програм – чи можна розробити ефективні маркетингові кампанії, які будуть резонувати з цільовою аудиторією?

– інклюзивність – чи враховують маркетингові матеріали та канали комунікації потреби людей з різними можливостями та культурного різноманіття?

Цільовий сегмент страхового ринку – це група потенційних клієнтів, які мають спільні страхові потреби, характеристики та поведінку. Страхові компанії, які прагнуть бути інклюзивними та інноваційними, повинні особливу увагу приділяти сегментації ринку, щоб розробляти продукти, які задовольняють потреби всіх верств населення [21].

Моделі вибору цільового сегмента з урахуванням інклюзивності.

1. Недиференційований маркетинг – хоча цей підхід може бути простим, він не враховує різноманітність потреб клієнтів. Для інклюзивного страхового ринку цей підхід є менш ефективним.

2. Диференційований маркетинг – цей підхід дозволяє створювати продукти для різних сегментів, включаючи малозабезпечені верстви населення, людей з інвалідністю, національні меншини тощо.

3. Концентрований маркетинг – фокусування на специфічних нішах, таких як страхування для людей з особливими потребами, може бути ефективним для створення інклюзивних продуктів.

4. Індивідуальний маркетинг – хоча цей підхід є дорогим, він дозволяє створювати максимально персоналізовані страхові продукти, що відповідають потребам кожного клієнта.

5. Мікрмаркетинг – адаптація маркетингових програм до потреб конкретних географічних регіонів або соціальних груп може бути особливо ефективною для інклюзивних ініціатив.

Приклади інклюзивних сегментів та продуктів:

а) люди з інвалідністю – страхування життя, здоров'я, нещасних випадків з урахуванням особливих потреб та ризиків;

б) люди похилого віку – страхування життя, здоров'я, довготривалого догляду з акцентом на профілактику та підтримку здоров'я;

в) малозабезпечені верстви населення – мікрострахування, страхування від нещасних випадків з доступними тарифами;

г) національні меншини – страхові продукти, які враховують культурні особливості та мовні бар'єри;

д) люди, які проживають у віддалених регіонах – страхування з спрощеною процедурою оформлення та виплати.

Інклюзивні інновації в страхуванні.

1. Цифрові технології – мобільні додатки, онлайн-платформи для управління полісами, чат-боти для консультацій.

2. Персоналізація – створення індивідуальних страхових профілів та пропозицій.

3. Спрощення процедур – зменшення кількості необхідних документів, онлайн-реєстрація.

4. Партнерство з громадськими організаціями – спільні програми для підвищення фінансової грамотності та доступу до страхових послуг.

Інклюзивні інновації в страхуванні – це не просто соціальна відповідальність, а й нові можливості для бізнесу. Задовольняючи потреби всіх верств населення, страхові компанії можуть розширити свою клієнтську базу, підвищити лояльність клієнтів та зміцнити свою репутацію на ринку.

Коли мова йде про страховий ринок, особливо в контексті інклюзивних інновацій, кожна з шести категорій нових продуктів набуває особливого значення.

Нові продукти для світу. Приклад, страхування космічних подорожей, страхування від кіберзагроз на ранніх етапах їх появи. Інклюзивність – можуть включати страхування для нових технологій, які допомагають людям з інвалідністю (наприклад, екзоскелети, розумні протези).

Нові – лінійки продуктів. Приклад, впровадження лінійки продуктів для стартапів, страхування для фрілансерів. Інклюзивність – створення продуктів для сегментів, які раніше були недопредставлені на страховому ринку (наприклад, ЛГБТК+ спільнота, молоді підприємці).

Доповнення до існуючих продуктових ліній. Прикла, додавання модулів до існуючих полісів автоцивілки для покриття додаткових ризиків (наприклад, кіберзагрози, евакуація). Інклюзивність – розширення покриття існуючих продуктів для включення додаткових ризиків, які стосуються людей з особливими потребами.

Покращення в перегляді існуючих продуктів. Приклад, створення мобільних додатків для швидкої реєстрації страхових випадків, спрощення процедури оформлення документів. Інклюзивність – розробка продуктів з більш простими умовами та мовою, доступних для людей з різним рівнем освіти.

Репозиціонування існуючих продуктів. Приклад, перепозиціонування страхування життя як інвестиційного інструменту для молоді. Інклюзивність – адаптація існуючих продуктів для задоволення потреб конкретних соціальних груп (наприклад, страхування для біженців).

Зменшення витрат. Приклад, створення онлайн-платформ для самообслуговування клієнтів, використання штучного інтелекту для оцінки ризиків. Інклюзивність – зниження вартості страхових продуктів для малозабезпечених верств населення.

Інклюзивні інновації на страховому ринку через призму категорій нових продуктів (рис. 3.7).

1. Персоналізація – використання даних для створення індивідуальних страхових пропозицій, які відповідають потребам кожного клієнта.

2. Доступність – спрощення процедур оформлення полісів, використання простих мов, забезпечення доступу до інформації для людей з обмеженими можливостями.

3. Співпраця – співпраця з громадськими організаціями, медичними установами для розробки інклюзивних продуктів.

4. Технології – використання нових технологій (AI, блокчейн) для створення інноваційних страхових продуктів та сервісів.

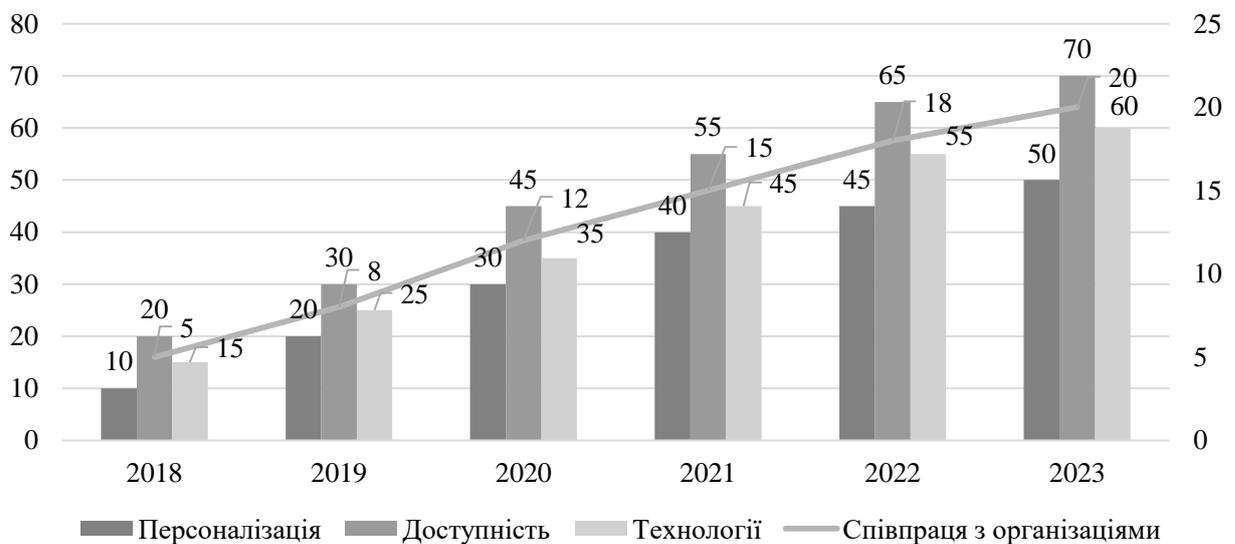


Рис. 3.7. Динаміка інклюзивних інновацій на страховому ринку через призму категорій нових продуктів за 2018-2023 роки, %

Впровадження нових продуктів на страховому ринку є важливим драйвером розвитку. При цьому, особливу увагу слід приділяти інклюзивним інноваціям, які дозволяють задовольнити потреби всіх верств населення. Кожна з шести категорій нових продуктів може бути використана для створення інклюзивних страхових рішень, які не тільки відповідають потребам клієнтів, але й сприяють розвитку суспільства в цілому [62].

Розуміння етапів прийняття інновацій є ключовим для успішного впровадження нових страхових продуктів, особливо коли мова йде про інклюзивні рішення. Ці етапи відображають шлях, який проходить потенційний

клієнт від першого знайомства з продуктом до його регулярного використання (рис. 3.8).

1. Обізнаність (Awareness) – споживач дізнається про новий страховий продукт, наприклад, через рекламу, рекомендацію друга, або під час відвідування веб-сайту страхової компанії. Інклюзивність – важливо, щоб інформація про продукт була доступна для всіх сегментів населення, включаючи людей з обмеженими можливостями. Це може включати використання простої мови, альтернативних форматів (наприклад, аудіо, відео), а також адаптацію матеріалів для людей з різним рівнем грамотності.

2. Інтерес (Interest) – споживач починає цікавитися продуктом, шукає додаткову інформацію про його переваги та особливості. Інклюзивність – страхові компанії повинні надавати різноманітні канали для отримання інформації, такі як телефонні дзвінки, чати, соціальні мережі. Також важливо забезпечити доступність інформації для людей з різними мовами та культурними особливостями.

3. Оцінка (Evaluation) – споживач оцінює, наскільки новий продукт відповідає його потребам і очікуванням, порівнює його з іншими доступними продуктами. Інклюзивність – для полегшення процесу оцінки, страхові компанії можуть надавати інтерактивні інструменти, калькулятори та порівняльні таблиці. Важливо також забезпечити доступність інформації про вартість та умови страхування.

4. Випробування (Trial) – споживач має можливість спробувати продукт, наприклад, скориставшись пробним періодом або отримавши зразок. Інклюзивність – для деяких страхових продуктів (наприклад, медичне страхування) фізичне випробування може бути неможливим. Тому компанії можуть пропонувати віртуальні симуляції або детальні описи сценаріїв використання.

5. Прийняття (Adoption) – споживач приймає рішення про регулярне використання нового продукту. Інклюзивність – для сприяння прийняттю,

страхові компанії можуть пропонувати програми лояльності, бонуси, а також забезпечувати якісну підтримку клієнтів.

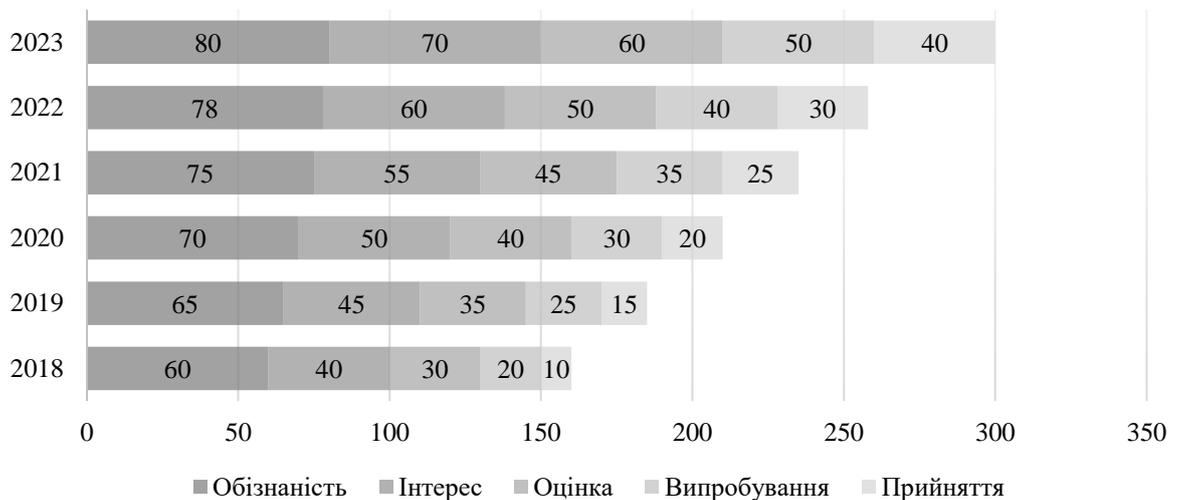


Рис. 3.8. Динаміка етапів прийняття інновацій клієнтами за 2018-2023 роки, %

Інклюзивні інновації на етапах прийняття:

- 1) ко-креація – залучення представників цільових аудиторій до розробки нових продуктів, щоб забезпечити їхню відповідність потребам;
- 2) доступність – забезпечення доступності продуктів і послуг для людей з різними фізичними, когнітивними та соціальними можливостями;
- 3) усунення бар'єрів – ідентифікація та усунення бар'єрів, які можуть перешкоджати прийняттю продуктів (наприклад, складні умови договорів, висока вартість);
- 4) освіта – проведення інформаційних кампаній для підвищення обізнаності про нові страхові продукти та їхню користь.

Інклюзивні інновації на страховому ринку вимагають комплексного підходу, який враховує всі етапи прийняття нових продуктів. Забезпечуючи доступність інформації, спрощуючи процедури, та пропонуючи персоналізовані рішення, страхові компанії можуть завоювати довіру клієнтів та сприяти розвитку більш інклюзивного суспільства.

Стратегії впливу Котлера можуть бути ефективно адаптовані до страхового ринку, особливо при впровадженні інклюзивних інновацій. Оскільки страховий продукт часто є абстрактним і його цінність може бути складно оцінити безпосередньо, саме ці стратегії дозволяють побудувати довіру та переконати потенційних клієнтів у необхідності страхування [39].

Розглянемо, як кожна з цих стратегій може бути застосована в страховому секторі з урахуванням інклюзивних аспектів:

1) легітимність. Для страхового ринку – підкреслення довгої історії компанії на ринку, наявності ліцензій та сертифікатів, а також позитивних відгуків клієнтів. Інклюзивність – демонстрація досвіду роботи з різноманітними клієнтами, включаючи людей з особливими потребами, та надання відповідних страхових продуктів;

2) експертиза. Для страхового ринку – демонстрація глибоких знань про ризику, які можуть виникнути у клієнта, та про те, як страховий продукт може їх мінімізувати. Інклюзивність – використання простої та зрозумілої мови, уникання складних термінів, адаптація інформації до різних рівнів фінансової грамотності:

3) еталонна влада. Для страхового ринку – використання рекомендацій задоволених клієнтів, співпраця з лідерами думок у сфері фінансів та здоров'я, участь у соціальних ініціативах. Інклюзивність – залучення представників різних соціальних груп до рекламних кампаній та створення кейсів успішної співпраці з клієнтами з особливими потребами;

4) залучення. Для страхового ринку – проведення семінарів, вебінарів, консультацій для клієнтів. Надання додаткових послуг, таких як медичні огляди, фінансове планування. Інклюзивність – забезпечення доступності подій та послуг для людей з обмеженими можливостями, надання перекладачів для клієнтів, які не володіють державною мовою;

5) керування враженнями. Для страхового ринку – створення позитивного іміджу компанії через сучасний дизайн веб-сайту, використання соціальних

мереж, участь у благодійних проектах. Інклюзивність – демонстрація інклюзивних цінностей компанії через візуальні матеріали та комунікацію.

Застосування стратегій впливу Котлера в поєднанні з інклюзивними інноваціями дозволяє страховим компаніям не тільки збільшити продажі, але й зміцнити свою репутацію на ринку, створити довгострокові відносини з клієнтами та сприяти розвитку більш інклюзивного суспільства.

Розуміння та ефективне подолання заперечень клієнтів є ключовим для успішних продажів у страховій галузі, особливо коли мова йде про інноваційні та інклюзивні продукти. Клієнти часто відчувають певний опір до змін, особливо коли мова йде про фінансові продукти, такі як страхування.

3.2. Рекомендації щодо вдосконалення практики інклюзивного страхування для умов України

В умовах сучасних економічних викликів, Україна, як і інші країни світу, потребує вдосконалення системи інклюзивного страхування. Це необхідно для забезпечення сталого розвитку та захисту населення. Запропоновані рекомендації щодо вдосконалення інклюзивного страхування враховують інтереси всіх учасників ринку і є критично важливими для сталого розвитку як глобальної, так і української економіки [36].

Страхові регулятори відіграють ключову роль у створенні сприятливого середовища для розвитку інклюзивного страхування. Їхні основні завдання включають.

1. Створення сприятливого середовища:

– інформаційно-освітня діяльність – проведення кампаній з підвищення обізнаності серед усіх учасників страхового ринку щодо принципів та переваг інклюзивного страхування;

– регуляторна підтримка – забезпечення дотримання законодавства про обов'язкове страхування, створення сприятливих умов для розвитку інноваційних страхових продуктів та послуг;

– захист прав споживачів – розробка ефективних механізмів розгляду скарг, створення інструкцій з управління претензіями, а також забезпечення прозорості та конкуренції на страховому ринку.

2. Цифрова трансформація:

– створення цифрових інструментів – розвиток онлайн-платформ для взаємодії з клієнтами, подання скарг та отримання інформації про страхові продукти;

– підтримка технологічних інновацій – заохочення використання нових технологій для розширення доступу до страхових послуг та зниження їх вартості.

3. Міжнародна співпраця та аналітика:

– співпраця з державними органами – координація зусиль з іншими державними установами для реалізації національних стратегій фінансової доступності;

– аналіз даних та розробка політики – використання даних для оцінки ефективності регуляторних заходів та розробки нових політик, спрямованих на розвиток інклюзивного страхування.

4. Розвиток потенціалу учасників ринку:

– надання технічної допомоги – забезпечення страховиків, посередників та дистриб'юторів необхідними знаннями та ресурсами для розробки та продажу інклюзивних страхових продуктів;

– перегляд нормативно-правової бази – регулярний огляд та оновлення нормативно-правових актів з урахуванням змін на страховому ринку та технологічних трендів.

Ключові принципи регулювання інклюзивного страхування:

– пропорційність – забезпечення балансу між фінансовою доступністю, цілісністю та стабільністю страхового ринку;

– захист споживачів – розширення прав та можливостей споживачів страхових послуг;

– інновації – створення сприятливого середовища для розвитку нових технологій та продуктів.

Роль регуляторів у розвитку інклюзивного страхування є важливою, але недостатньою. Для успішного впровадження інклюзивних продуктів необхідна спільна робота всіх учасників ринку. Страховики, як ключові гравці, повинні активно працювати над розробкою та просуванням таких продуктів, а також підвищувати фінансову грамотність населення [67]. Визначимо наступні рекомендації, щодо ефективної діяльності страховиків на страховому ринку.

1. Проводити масштабні інформаційні кампанії про переваги інклюзивного страхування.
2. Зробити процес подачі страхових вимог максимально зручним та доступним.
3. Підвищувати кваліфікацію дистриб'юторів для ефективної роботи з клієнтами.
4. Гарантувати своєчасні та справедливі виплати за страховими випадками.
5. Співпрацювати з надійними партнерами, які орієнтовані на клієнта.
6. Впроваджувати соціальні проекти для зміцнення іміджу компанії.
7. Вкладати кошти в розробку страхових продуктів, які відповідають потребам всіх клієнтів.
8. Застосовувати цифрові інструменти для розширення доступу до інклюзивного страхування.
9. Використовувати відгуки клієнтів для просування інклюзивного страхування.
10. Створити страхові продукти, які відповідають потребам всіх верств населення.
11. Зробити умови договорів максимально прозорими для клієнтів.
12. Забезпечити високий рівень професіоналізму та етики серед співробітників.

Партнерство між страховиками та страховими посередниками є ключовим для розвитку інклюзивного страхування. Страхові посередники, як безпосередні консультанти клієнтів, повинні активно сприяти поширенню інклюзивних страхових продуктів [47].

1. Інвестувати в розвиток професійних компетенцій персоналу для створення нових інклюзивних продуктів.

2. Співпрацювати з партнерами для розвитку інклюзивного страхування на всіх ринках.

3. Застосовувати цифрові рішення для побудови ефективних партнерств.

4. Будувати довгострокові відносини з клієнтами, надаючи їм індивідуальний підхід.

5. Спростити процедури оформлення та розгляду страхових випадків.

6. Створити доступні страхові продукти для людей з низькими доходами.

7. Інформувати населення про важливість страхового захисту.

8. Популяризувати інклюзивне страхування серед незахищених верств населення.

9. Співпрацювати з партнерами для розширення доступу до інклюзивного страхування.

10. Забезпечити єдині стандарти для інклюзивних страхових продуктів.

Ефективність інклюзивного страхування залежить від того, наскільки відповідально страхувальники виконують свої обов'язки, такі як своєчасна оплата страхових платежів та повідомлення про страхові випадки:

– отримувати детальну інформацію про всі аспекти свого страхового полісу;

– дбати про безперервну дію свого страхового полісу;

– обирати страховий продукт, який відповідає їхнім індивідуальним потребам;

– уважно ознайомитися з умовами свого страхового договору;

– збирати всі необхідні документи для швидкого розгляду своєї претензії;

– уточнювати всі незрозумілі моменти у свого страхового агента;

– організації мають забезпечити своїм членам доступ до якісного страхування;

– не зволікати з повідомленням страховика про настання страхової події.

Для успішного розвитку інклюзивного страхування необхідна активна участь держави, яка полягає у створенні відповідного законодавчого та регуляторного середовища [63]. Участь держави повинна полягати в наступних аспектах:

- сприяти створенню нових робочих місць, щоб збільшити купівельну спроможність населення та розширити доступ до страхових послуг;
- запровадити податкові пільги для залучення інвестицій в економіку;
- підтримувати фермерів шляхом субсидування сільськогосподарського страхування;
- забезпечити доступність медичного страхування для всього населення;
- інтегрувати інклюзивне страхування в національну стратегію фінансової доступності;
- постійно оцінювати ефективність політики фінансової доступності, зокрема вплив інклюзивного страхування;
- розвивати системи управління ризиками для підвищення точності оцінки страхових тарифів;
- узгодити національне страхове законодавство з міжнародними стандартами.

Партнерство з банками, мобільними операторами та іншими організаціями є ключовим для розширення доступу до страхових послуг для незахищених верств населення. Ці партнери повинні:

- 1) інвестувати в розвиток професійних навичок персоналу, що займається продажами та обслуговуванням;
- 2) дотримуватися всіх правових норм при розповсюдженні інклюзивних страхових продуктів;
- 3) застосовувати сучасні технології для покращення процесу продажу страхових продуктів;
- 4) укладати чіткі договори з партнерами, які визначають відповідальність кожної сторони;

5) забезпечити суворе дотримання відповідних законів про захист даних, що регулюють розповсюдження страхових продуктів і послуг.

Інклюзивне страхування є ключовим інструментом для забезпечення фінансової доступності та соціальної справедливості, особливо в умовах сучасних економічних викликів. Його успішне впровадження вимагає скоординованої роботи всіх зацікавлених сторін – від страхових регуляторів до урядів і партнерів з дистрибуції [16].

Страхові регулятори створюють фундамент для регулювання ринку та підвищення довіри, страховики забезпечують розробку і реалізацію відповідних продуктів, посередники виступають зв'язковою ланкою між ринком і клієнтами, а страхувальники, зі свого боку, зобов'язані усвідомлювати свої права й обов'язки. Уряд, у свою чергу, повинен підтримувати економічно незахищені верстви населення та створювати сприятливі умови для розвитку страхування.

Реалізація таких рекомендацій сприятиме не лише підвищенню якості страхових послуг, але й розширенню фінансових можливостей громадян, зменшенню ризиків для бізнесу та загальному економічному зростанню. Інклюзивне страхування має потенціал стати важливим компонентом стійкого розвитку суспільства, що гарантує захист найвразливіших груп населення.

Висновки до розділу 3

Визначивши, стратегії стимулювання розвитку інклюзивних інновацій у страховій галузі, можна дійти висновку, що маркетингові комунікації стали основою для багатьох сучасних маркетингових стратегій, зокрема, у страховій галузі, найчастіше використовують рекламу, стимулювання збуту в страхуванні, зв'язки з громадськістю в страхуванні, особисті продажі. Використовуючи модель комунікації Ласвелла як основу, страховики можуть оптимізувати процес донесення інформації про інклюзивні страхові продукти до цільової аудиторії, визначивши ключових комунікаторів, зміст повідомлень, канали поширення, цільові групи та очікувані результати.

За словами Котлера, компанії можуть значно підвищити ефективність своїх продажів, стимулюючи позитивні рекомендації від задоволених клієнтів та інших впливових осіб. В умовах зростаючої конкуренції на страховому ринку та посилення фокусу на інклюзивності, ефективне управління процесом маркетингової комунікації стає ключовим фактором успіху

Інтегровані маркетингові комунікації є ключовим інструментом для успішного просування інклюзивних страхових продуктів. Завдяки ІМК страхові компанії можуть створити сильну бренд-ідентичність, побудувати довіру клієнтів та досягти своїх бізнес-цілей.

В умовах сучасних економічних викликів, Україна, як і інші країни світу, потребує вдосконалення системи інклюзивного страхування. Запропоновані рекомендації щодо вдосконалення інклюзивного страхування враховують інтереси всіх учасників ринку і є критично важливими для сталого розвитку як глобальної, так і української економіки.

ВИСНОВОК

У процесі написання магістерської роботи було досліджено інклюзивні інновації на страховому ринку України. Ідея створення рівних можливостей для всіх стала одним з найважливіших трендів сучасності, і страховий сектор не є винятком. Сьогодні страхові компанії все більше усвідомлюють необхідність розширення доступу до страхових послуг для всіх верств населення, незалежно від їхнього соціального статусу, фінансових можливостей та інших характеристик.

Інновації в страховій галузі відіграють ключову роль у розширенні доступу до страхових продуктів та послуг. Завдяки новим технологіям, спрощеним процедурам та індивідуальним підходам, страхові послуги стають більш зрозумілими та доступними для всіх верств населення, незалежно від їхнього соціального статусу, фінансових можливостей чи місця проживання. У страховому секторі все більше розуміють, що інновації, такі як цифровізація процесів та розробка персоналізованих страхових продуктів, повинні бути спрямовані на задоволення потреб різних соціальних груп.

Дослідивши визначення поняття «інновації» в контексті страхування провідними вченими та фахівцями, слід зазначити, що інновації в страхуванні – це багатогранний процес, який охоплює створення, впровадження та розвиток нових технологій, продуктів або послуг, спрямованих на покращення ефективності роботи компаній, задоволення потреб клієнтів та вирішення соціальних проблем. Швидкий розвиток інклюзивних інновацій свідчить про трансформацію страхового ринку в більш гнучку та клієнтоцентричну систему.

Мета інклюзивних інновацій у страхуванні – побудувати таке середовище, де кожна людина, незалежно від її соціального статусу, фінансових можливостей та інших індивідуальних характеристик, має доступ до якісних страхових послуг, які відповідають її потребам. Це дозволяє людям почувати себе захищеними, брати активну участь у житті суспільства та сприяє загальному добробуту.

Інклюзивні інновації, щоб бути дійсно ефективними, повинні не лише пропонувати нові рішення та технології, але й бути фінансово доступними для широкого кола споживачів. Тільки тоді вони зможуть досягти своєї мети – забезпечити рівні можливості для всіх і підвищити якість життя. Попри зростання попиту на страхові продукти, система страхування в Україні має серйозні проблеми, про що свідчить той факт, що лише 15% населення в 2023 році мали повний страховий захист.

Розробляючи інклюзивні інновації, необхідно приділяти особливу увагу потребам вразливих груп населення. Це означає не лише забезпечення фізичного доступу до нових технологій та послуг, але й адаптацію цих технологій до їхніх потреб та можливостей. Тільки так ми зможемо створити справді інклюзивне суспільство, де кожен має рівні можливості.

Завдяки страхуванню підприємства та громадяни можуть ефективніше управляти ризиками, що є ключовим фактором економічного зростання. Концепція мікрострахування, або інклюзивного страхування, як його частіше називають, привертає все більший інтерес, особливо в країнах, що розвиваються в Латинській Америці, Азії та Африці. Однак інклюзивне страхування все ще перебуває в зародковому стані в 31 країні регіону СЕЕТ і не є головним пріоритетом для ключових зацікавлених сторін, включаючи страхову галузь та наглядові органи.

Інклюзивне страхування може стати безпрограшною ситуацією для споживачів, страхової галузі, уряду та суспільства в регіоні СЕЕТ, водночас забезпечуючи стійкість та стійке економічне зростання. Ключовим моментом є підвищення обізнаності про страхування та, зрештою, створення страхової культури. Цифровізація має потенціал для підвищення доступності, що все ще залишається одним із ключових критеріїв для прийняття страхових послуг. Цифрова трансформація є рушійною силою розвитку європейського страхового ринку. Особливу увагу приділяють кіберстрахуванню, яке стає все більш актуальним у зв'язку зі зростанням кіберзагроз.

Проаналізувавши особливості та передумови розвитку інклюзивних інновацій на ринку страхування України, слід зазначити, що головними передумовами розвитку інклюзивних інновацій є: соціально-економічні виклики, розвиток цифрових технологій, зміни у законодавстві та підтримка держави, зростання попиту на страхові послуги. Інклюзивні інновації в страхуванні в Україні мають на меті подолати бар'єри, які заважають різним групам населення користуватися страховими послугами, такими як низький дохід, місце проживання у віддалених регіонах або обмежені фізичні можливості.

Будучи важливим елементом фінансової системи, страхування життя сприяє мобілізації довгострокових інвестицій, що позитивно впливає на економічне зростання та соціальний розвиток. Аналіз даних за період з 2018 по 2023 рік свідчить про негативну тенденцію до скорочення кількості страхових компаній. Аналіз свідчить про більш значне скорочення кількості компаній на ринку нежиттєвого страхування (на 135), порівняно з ринком життєвого страхування (на 18), що може свідчити про різну стійкість цих сегментів до ринкових змін. Проаналізувавши динаміку укладення договорів страхування за досліджуваний період, можна зробити висновок про відсутність стійкої тенденції до зростання або спаду кількості укладених договорів

Кількість укладених страхових полісів за період з 2018 по 2023 роки демонструє стійку тенденцію до зниження, що може свідчити про погіршення економічної ситуації або зміну поведінки споживачів. Починаючи з 2018 року спостерігається стійка тенденція до скорочення кількості укладених договорів страхування, що вказує на загальне уповільнення активності на страховому ринку.

Аналіз динаміки валових страхових премій за аналізований період демонструє стійку тенденцію до зростання, що свідчить про активний розвиток страхового ринку та підвищення попиту на страхові продукти з боку як фізичних, так і юридичних осіб.

Цифрова трансформація охоплює всі сфери економіки, і страховий сектор не є винятком. Сучасний споживач очікує від компаній індивідуального підходу та зручних сервісів. Україна, прагнучи побудувати сучасну державу, що орієнтована на громадянина, активно впроваджує цифрові технології та переймає досвід країн-лідерів. Insurtech – це інноваційний підхід, який використовує технології для трансформації традиційної страхової галузі. Незважаючи на певні труднощі, Україна демонструє прагнення до розвитку фінансових технологій. Свідченням цього є запуск Національним банком України у 2017 році спеціального проекту з розвитку фінтеху.

Сучасне розвинуте суспільство характеризується прагненням створити таке середовище, де кожна людина, незалежно від її особливостей, має рівні можливості для участі у всіх сферах життя та реалізації свого потенціалу. Для створення інклюзивного страхового ринку необхідно не лише усунути існуючі бар'єри, але й активно залучати нових клієнтів, підвищуючи рівень їхньої фінансової грамотності та довіри до страхових продуктів. Для того, щоб побудувати ефективне інклюзивне страхове середовище, необхідно забезпечити доступ до якісної фінансової освіти, розробити прості та зрозумілі страхові продукти, а також створити зручні канали для їх придбання.

У сучасних умовах, коли держава ставить амбітні цілі щодо економічного зростання та підвищення добробуту громадян, питання фінансової інклюзії набуває особливої актуальності. Розвиток страхового ринку та забезпечення доступності страхових послуг для всіх верств населення є одним із важливих елементів досягнення цих цілей. Інклюзивність у страхуванні – це концепція, яка передбачає, що всі люди мають рівні можливості для отримання страхового захисту. Це означає, що страхові продукти та послуги повинні бути доступними, зрозумілими та адаптованими до потреб різних категорій населення, незалежно від їхнього віку, статі, доходу, місця проживання та інших характеристик. Вирішення проблем, пов'язаних з розвитком інклюзивного страхового сектору, є складним завданням, яке вимагає комплексного підходу.

Визначивши, стратегії стимулювання розвитку інклюзивних інновацій у страховій галузі, можна дійти висновку, що маркетингові комунікації стали

основою для багатьох сучасних маркетингових стратегій, зокрема, у страховій галузі, найчастіше використовують рекламу, стимулювання збуту в страхуванні, зв'язки з громадськістю в страхуванні, особисті продажі. Використовуючи модель комунікації Лассвелла як основу, страховики можуть оптимізувати процес донесення інформації про інклюзивні страхові продукти до цільової аудиторії, визначивши ключових комунікаторів, зміст повідомлень, канали поширення, цільові групи та очікувані результати.

За словами Котлера, компанії можуть значно підвищити ефективність своїх продажів, стимулюючи позитивні рекомендації від задоволених клієнтів та інших впливових осіб. В умовах зростаючої конкуренції на страховому ринку та посилення фокусу на інклюзивності, ефективне управління процесом маркетингової комунікації стає ключовим фактором успіху

Інтегровані маркетингові комунікації є ключовим інструментом для успішного просування інклюзивних страхових продуктів. Завдяки ІМК страхові компанії можуть створити сильну бренд-ідентичність, побудувати довіру клієнтів та досягти своїх бізнес-цілей.

В умовах сучасних економічних викликів, Україна, як і інші країни світу, потребує вдосконалення системи інклюзивного страхування. Запропоновані рекомендації щодо вдосконалення інклюзивного страхування враховують інтереси всіх учасників ринку і є критично важливими для сталого розвитку як глобальної, так і української економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абдін А.В. Стан та перспективи розвитку страхового ринку України у глобальному світовому просторі. Глобальні проблеми економіки та фінансів: зб. тез доп. міжнар. наук.–практ. конф., м. Прага, 28 груд. 2021 р. Прага, 2021. С. 129–132.
2. Бублик А. А. Інноваційні технології у страхуванні. Проривні інновації на страховому ринку України : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Київ, 27 жовт. 2021 р.). Київ : КНЕУ, 2021. С. 61–64.
3. Завійська О. І. Страхові послуги: навч. посіб. Львів : Вид-во «Компакт-ЛВ», 2005. 656 с
4. Цифрова інклюзія та доступність: соціальна діджиталізація: монографія \ Ганна Давиденко. Вінниця: ТВОРИ, 2023. 240 с.
5. Чвертко Л. А. Проблеми забезпечення інклюзивності страхування в умовах сучасних викликів. Фінансово-кредитний механізм розвитку економіки та соціальної сфери : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 9 груд. 2021 р. м. Кропивницький. Кропивницький, 2021. С. 125-128.
6. Ануфрієва К. В., Шкляр А. І. Фінансова інклюзія як чинник соціоекономічного розвитку. *Український соціум*. 2019. № 3 (70). С. 59–77.
7. Базиліук А. В., Жулин О. В. Інклюзивне зростання як основа соціально-економічного розвитку. *Економіка та управління на транспорті*. 2015. Вип. 1. С. 19-29.
8. Бахарєва Я. В. Розвиток інформаційних технологій в страхуванні: електронні поліси для власників транспортних засобів. *Norwegian Journal of development of the International Science*. 2020. № 43. С. 31–40.
9. Богріновцева Л. М., Ключка О. В., Заїчко І. В. Розвиток та впровадження інноваційних підходів до фінансового управління страховими

компаніями в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2024. № 60. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-57> (дата звернення: 10.12.2024)

10. Бодня А.В., Іванченко М.А., Пономарьова О.Б. Визначення проблем страхового ринку та їх вирішення. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаїв, 2015. № 5. С. 814–817. URL: http://212.1.86.13/jspui/bitstream/123456789/1999/1/Пономарьова%20О.Б._№5_2015.pdf (дата звернення 08.11.2024).

11. Вовченко О. С. Фінансова інклюзія як інструмент забезпечення фінансової стабільності банків. *International scientific journal «Grail of Science»*. 2022. № 12-13. С. 94

12. Войчук М. В. Етимологія поняття «економічна інклюзія» в контексті циклічного розвитку економіки. *Інноваційна економіка*. 2021. №3-4 (87). С. 28-33.

13. Дем'янчук М.А., Маслій Н.Д., Жаданова Ю.О. Страхова екосистема України: забезпечення розвитку страхових компаній. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. Київ, 2021. № 18. С. 30–38.

14. Дибя М. І., Гернего Ю. О. Діджиталізація економіки: світовий досвід та можливості розвитку в Україні. *Фінанси України*. 2018. № 7. С. 50–63.

15. Дудинець Л. А., Верней О. Є. Фінансова інклюзивність та її детермінанти. *Socioeconomic problems of the modern period of Ukraine*. 2018. Випуск 2 (130). С.9.

16. Житар, М. (2024). ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ. *Економіка та суспільство*, (61). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-24>.

17. Заволока Ю., Єфременко А., Малашенко Ю. Особливості функціонування страхового ринку України в умовах сучасної цифрової трансформації. *Економіка та держава*. 2020. № 6. С. 102–106.

18. Захарченко Н. В. Фінансова інклюзія для підвищення добробуту населення та економічного зростання держави. *Фінанси України*. 2020. №6. С. 105-116.

19. Калашник С. А., Шірінян Л. В. Інформаційні технології в страхуванні. *Ефективна Економіка*. 2024. № 10. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/4835/4877> (дата звернення: 10.12.2024).
20. Краус К. М., Краус Н. М., Поченчук Г. М. Інституціональні аспекти та цифровізація фінансової інклюзії в національній економіці. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 2. С. 18-28.
21. Пікус Р., Заколюдажний В. Інноваційний розвиток страхової діяльності як основа підвищення її ефективності. *Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка*. Серія економіка. № 3 (168). 2015. С. 72–80. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2015_3_13 (дата звернення: 13.12.2024).
22. Попова, Л. В. (2022). Сучасні тенденції розвитку цифрових технологій у страхуванні. *Проблеми сучасних трансформацій*. Серія: економіка та управління, (5). <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-08-02>
23. Попович, Д., Біда, М., & Закорко, К. (2023). ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ. *Молодий вчений*, 3 (115), 110-114. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-3-115-21>.
24. Проценко О. Л. Страхування як інструмент забезпечення сталого розвитку суспільства. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*. 2014. №3. С. 113-116.
25. Пурій Г.М. Страховий ринок України: сучасний стан та проблеми розвитку. *Ефективна економіка*. Дрогобич, 2018. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/60.pdf (дата звернення: 10.12.2024).
26. Сосновська О. О., Сіренька І. І. Trends of innovative development of insurance companies in Ukraine. *European Scientific Journal of Economic and Financial Innovation*. 2021. № 2(8). Р. 20–30. ISSN 2617-863X, 2617-8648
27. Тимків А. О., Сидор Г. В. Проблемні аспекти дослідження фінансової інклюзії. *Науковий вісник ІФНТУНГ*. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості. 2023. № 1. С. 143–153.

28. Тимчак М., Мінкович В. Європейський досвід страхування життя та можливість його імплементації в Україні. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Сер.: Економіка. 2021. № 1. С. 134–140.

29. Фесенко Н. В., Яремченко Л. М. Стан та перспективи функціонування страхового ринку України в умовах глобалізації. *Економіка та держава*. 2019. № 8. С. 28–34.

30. Чвертко Л. А. Проблеми забезпечення інклюзивності страхування в умовах сучасних викликів. Фінансово-кредитний механізм розвитку економіки та соціальної сфери : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 9 груд. 2021 р. м. Кропивницький. Кропивницький, 2021. С. 125-128.

31. Чвертко Л. А., Кирилюк І. М. Соціальна інклюзія вимушено переміщених осіб засобами туристичних активностей в умовах російськоукраїнської війни. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2023. Вип. 19. Т. 2. С. 243-255.

32. Чвертко Л. А., Корнієнко Т. О., Вінницька О. А. Фінансова інклюзія на страховому ринку України: передумови та чинники формування. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Вип. 18. Т. 2. С. 146- 158. DOI: 10.15330/apred.2.18.146-158 (дата звернення: 06.11.2024).

33. Довіра у дефіциті: як українцям повірити у цінність страхування. Delo.ua. URL: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/dovira-u-deficitijak-ukrajincjam-poviriti-u-cin-387129/> (дата звернення: 17.12.2024).

34. Кіберстрахування: характеристика та особливості URL: https://www.lawfirmpryadko.com/articles/kiberstrahovanie_harakteristika_i_osobennosti (дата звернення: 28.10.2024).

35. Латковська Т. А. Фінансова інклюзія як ключовий фактор підвищення добробуту населення. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/15323/%D0%9B%D0%B0%D1%82%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%A2.%D0%90..pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 17.12.2024).

36. Майбутнє регулювання ринку страхування в Україні: Біла книга. НБУ. 2020. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/White_paper_insurance_2020.pdf?v=4 (дата звернення: 05.12.2024).

37. Національна асоціація страховиків України. Ключові тенденції страхового ринку України у 2023-2024 роках. Упевнений рух до європейського союзу. 17 травня 2023. URL: <https://www.nasu.com.ua/klyuchovitendencziyi-strahovogo-rynku-u/> (дата звернення: 02.11.2024).

38. Проект USAID «Трансформація фінансового сектору». Фінансова грамотність, фінансова інклюзія та фінансовий добробут в Україні у 2021. Звіт за результатами дослідження. URL: http://www.fstua.info/wpcontent/uploads/2021/10/Ukraine_2021_Financial-Literacy-SurveyReport_UA.pdf (дата звернення: 04.11.2024).

39. Ринок страхування та перестраховування подолає економічні наслідки вторгнення Росії в Україну. Forinsurer. URL: <https://forinsurer.com/news/22/04/05/41058> (дата звернення: 20.11.2024).

40. Фінансова грамотність, фінансова інклюзія та фінансовий добробут України. URL: <https://www.slideshare.net/sadovnychy/ss148924891?ref=https://finclub.net/news/finansovayagramotnost-ukraintsevokazalas-khudshej-v-oesr.html> (дата звернення: 14.11.2024).

41. Фінансова інклюзія задля економічного зростання: підсумки міжнародного «Форуму з фінансової інклюзії. Нікого за бортом». Національний банк України. 13 черв. 2019. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/finansova-inklyuziya-zadlya-ekonomichnogozrostannya-pidsumki-mijnarodnogo-forumu-z-finansovoyi-inklyuziyi-nikogo-zabortom> (дата звернення: 16.11.2024).

42. Фінансова інклюзія задля економічного зростання: підсумки міжнародного «Форуму з фінансової інклюзії. Нікого за бортом». Національний банк України. 13 черв. 2019. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/finansova-inklyuziya-zadlya-ekonomichnogozrostannya-pidsumki-mijnarodnogo-forumu-z-finansovoyi-inklyuziyi-nikogo-zabortom> (дата звернення: 01.12.2024).

43. Штучний інтелект у страхуванні. Страховий адвокат URL: https://www.insa.com.ua/uk/blogiskusstvenny_ntellektvstrahovanii/ (дата звернення: 12.12.2024).

44. Adedokun M. W., Aḡa M. Financial inclusion: A pathway to economic growth in Sub-Saharan African economies. *International journal of finance and economics*. 2023. Vol. 28, Issue 3. P. 2227-3466. DOI: 10.1002/ijfe.25592712 (дата звернення: 28.11.2024).

45. Atkinson A., Messy F. Promoting Financial Inclusion through Financial Education: OECD/INFE Evidence, Policies and Practice. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*. 2013. № 34. OECD Publishing. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/5k3xz6m88smp-en> (дата звернення: 05.11.2024).

46. Cheston, S. (2018). *Inclusive Insurance : Closing the protection gap for emerging customers*.

47. Chichilnisky, G. (1996). Financial Innovation in Property Catastrophe Reinsurance: The Convergence of Insurance and Capital Markets. *Risk Financing Newsletter*, 13(2), 1-8.

48. Chvertko L., Korniienko T., Vinnytska O. Digitalization of insurance business as an effective risk management lever. *Sciences of Europe*. 2022. № 89. Vol. 1. P. 7-11.

49. Demircug-Kunt A., Klapper L., Singer D. Financial Inclusion and Inclusive Growth. A Review of Recent Empirical Evidence. The World Bank. 2017. April. 27 p. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/26479/WPS8040.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 12.11.2024).

50. Fasnacht, D. (2009). *Open Innovation in the Financial Services: Growing Through Openness, Flexibility, and Customer Integration*. Berlin: Springer-Verlag. URL: <http://www.springer.com/gp/book/9783540882305> (дата звернення: 05.12.2024).

51. Gruber K. Access to financial services for individuals as a component of financial inclusion: evolution and estimation in domestic conditions. *History of economics and economic thought of Ukraine*. 2020. №. 53. P. 407-430.

52. Hrybinenko O. M. Digitalization of the economy in a new paradigm of digital transformation. *International Relations. Part «Economic sciences»*. 2018. № 16. P. 35–37.

53. Kneysler, O., Kryvytska, O., Shupa, L., & Huzela, I. (2019). Assessment of the competitive environment of the health insurance market. *Problems and Perspectives in Management*, 17(2), 541-549.

54. Landchovichina E., Lundstrom S., Garrido L. What is Inclusive Growth? The World Bank note. February 10, 2009. URL: http://ella.practicalaction.org/wpcontent/uploads/learning/contribution_materials/lea52/World%20Bank_What%20is%20Inclusive%20Growth1464684605.pdf (дата звернення: 10.12.2024).

55. Liu, Ch.-T., Guo, Y., & Lee, Ch.-H. (2011). The effects of relationship quality and switching barriers on customer loyalty. *International Journal of Information Management*, 31(1), 71-79.

56. Llewellyn, D. T. (1992). *Financial Innovation: a Basic Analysis*. In H. E. Cavanna (Ed.), *Financial Innovation* (pp. 17-33). London: Routledge.

57. Measuring digital development: Facts and figures 2021; <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2021.pdf>

58. Okoroafor O. K. David, Adeniji Sesan Oluseyi, Awe Emmanuel. Empirical Analysis of the Determinants of Financial Inclusion in Nigeria: 1990- 2016. *Journal of Finance and Economics*. 2018. №6 (1). P. 19-25. DOI: 10.12691/jfe-6-1-3.

59. Olaniyi E., Adeoye B. Determinants of Financial Inclusion in Africa: A Dynamic Panel Approach. *University of Mauritius Research Journal*. 2016. Vol. 22. URL: https://mpr.a.ub.uni-muenchen.de/81326/1/MPRA_paper_81326.pdf (дата звернення: 30.11.2024).

60. Paunov, C. (2013), "Innovation and Inclusive Development: A Discussion of the Main Policy Issues", *OECD Science, Technology and Industry Working Papers*, No. 2013/01, OECD Publishing, Paris. DOI: <http://dx.doi.org/10.1787/5k4dd1rvsnjj-en> (дата звернення: 10.11.2024).

61. Schueffel, P. E., & Vadana, I-Iu. (2015). Open Innovation in the Financial Services Sector – a Global Literature Review. *Journal of Innovation Management*, 3(1), 25-48.

62. Shevchenko, O., & Rudych, L. (2020). Development of financial technologies in conditions of digitalization of Ukraine's economy. *Efficient Economy*, 7. (In Ukrainian). 57. Strategy for the development of the financial sector of Ukraine until 2025. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy> (дата звернення: 01.12.2024).

63. Shkolnyk, I., Bondarenko, E., & Balatskyi, I. (2019). Financial risks of the stock market: opportunities and specifics of their insurance. *Insurance Markets and Companies*, 10(1), 26-35. [https://doi.org/10.21511/ins.10\(1\).2019.03](https://doi.org/10.21511/ins.10(1).2019.03)

64. Song, Z., G. Hochman and G.R. Timilsina (2023). Natural Disaster, Infrastructure and Income Distribution: Empirical Evidence from Global Data.”. Policy Research Working Paper 10504, World Bank, Washington, DC.

65. Suprun, A. A., & Bessinna, O. S. (2020). Insurance industry activities in the COVID-19 pandemic conditions: problems and opportunities. *Economic Space*, 161, 124-129. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/161-23>

66. Trends In The Development Of The Ukrainian Insurance Market. URL: <http://tr.knute.edu.ua> (дата звернення: 05.12.2024).

67. Vnukova, N., Kavun, S., Kolodiziev, O., Achkasova, S., & Gontar, D. (2020). Indicators-Markers for Assessment of Probability of Insurance Companies Relatedness in Implementation of Risk-Oriented Approach. *Economic Studies*, 32(1), 151-173. URL: <https://www.ceeol.com/search/articledetail?id=843467> (дата звернення: 14.12.2024).

69. Zakharchenko N., Financial inclusion to increase the well-being of the population and state economic growth. “Finance of Ukraine”, 2020, 6, p. 105-116.

70. Zheng L, Su Y (2022). Inclusive Insurance, Income Distribution, and Inclusive Growth. *Front Public Health*. doi: 10.3389/fpubh.2022.890507. PMID: 35493349; PMCID: PMC9046569 (дата звернення: 10.11.2024).