

## РОЗДІЛ 5. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ:  
МОЖЛИВОСТІ І РИЗИКИINNOVATION ACTIVITY OF INSURANCE COMPANIES:  
OPPORTUNITIES AND RISKS

УДК 368.01

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-44>**Супрун А.А.**

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри фінансів,  
банківської справи та страхування  
ДВНЗ «Київський національний  
економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»

**Арієнчук А.М.**

студентка  
Криворізький економічний інститут  
ДВНЗ «Київський національний  
економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»

**Suprun Anatoly**

Kyiv National Economic University  
named after Vadym Hetman  
**Ariienchuk Anastasiia**  
Kryvyi Rih Economic Institute  
Kyiv National Economic University  
named after Vadym Hetman

Інноваційну діяльність завжди ототожнюють із ризиком, адже, незважаючи на чисельність досліджень, інноваційний продукт може бути не затребуваним на ринку і компанія втратить колосальні кошти, інвестовані у його розроблення. Страхування як особливий елемент фінансової системи має специфічні особливості інноваційного розвитку, що є результатом специфіки його функціонування. Сьогодні галузь страхування пропонує величезні можливості як для бізнесу, так і для пересічних громадян, адже нові види страхування з'являються разом із новими галузями. На сучасному етапі відносно новою галуззю у страхуванні є забезпечення кіберризиків. Переважна більшість принципово нових страхових продуктів прямо чи опосередковано пов'язана з кіберпростором, а тому актуальність кіберстрахування з кожним днем посилюється. У статті виділено три основні види страхування кібервідповідальності: кібербезпека, кібервідповідальність та страхування технологічних помилок та недоліків. Розглянуто переваги та проаналізовано можливі ризики впровадження діджиталізації у діяльність страхових компаній.

**Ключові слова:** інноваційна діяльність страхових компаній, страховий продукт, кіберстрахування, кібербезпека, кібервідповідальність, діджиталізація.

*Инновационную деятельность всегда отождествляют с риском, ведь, несмотря на*

*численность исследований, инновационный продукт может быть не востребованным на рынке и компания потеряет колоссальные средства, инвестированные в его разработку. Страхование как особый элемент финансовой системы имеет специфические особенности инновационного развития, которые являются результатом специфики его функционирования. Сегодня отрасль страхования предлагает огромные возможности как для бизнеса, так и для рядовых граждан, ведь новые виды страхования появляются вместе с новыми отраслями. На современном этапе относительно новой отраслью в страховании является обеспечение безопасности киберрисков. Подавляющее большинство принципиально новых страховых продуктов прямо или косвенно связано с киберпространством, а поэтому актуальность киберстрахования с каждым днем усиливается. В статье выделены три основных вида страхования киберответственности: кибербезопасность, киберответственность и страхование технологических ошибок и недостатков. Рассмотрены преимущества и проанализированы возможные риски внедрения диджитализации в деятельность страховых компаний.*

**Ключевые слова:** инновационная деятельность страховых компаний, страховой продукт, киберстрахование, кибербезопасность, киберответственность, диджитализация.

*Innovation is always equated with risk because, despite the scale of research, an innovative product may not be in demand in the market, and the company will lose enormous investment in its development. Innovation of the corporate sector, primarily related to the possibility of commercial effect from the results of its implementation. It is no exception that the insurance industry creates new insurance products in line with market needs. Insurance as a special element of the financial system has specific features of innovative development, which is a result of the specifics of its functioning. Insurance service is a specific product characterized by such features as lack of material content and non-compliance of insurance services with basic services, which complicates their realization. In order for insurance companies to be competitive in the market, they must constantly improve their business, update the range of insurance services, improve the system of interaction with customers, and develop new sales channels. The lack of patenting of insurance services stimulates this. Today, the insurance industry offers enormous opportunities for business as well as average citizens, as new types of insurance are emerging with new industries. At the present stage, a relatively new insurance industry is cyber risk insurance. The vast majority of fundamentally new insurance products are directly or indirectly related to cyberspace, and so the relevance of cyber insurance is increasing day by day. Cyber insurance is a sub-category of the general insurance industry that offers products and services designed to protect businesses from Internet risks. Experts estimate that 62% of victims of cyber abuse are small and medium-sized businesses. In just a couple of years, the US cyber insurance market has grown from about 10 insurance companies to 50 providing offline cyber insurance policies. The article identifies three major types of cyber liability insurance - cyber security, cyber liability, and error and technological error insurance. The article discusses the benefits and the possible risks of implementing digitalization in the activities of insurance companies.*

**Key words:** innovation activity of insurance companies, insurance product, cyber insurance, cybersecurity, cyber liability, digitization.

**Постановка проблеми.** Для забезпечення високорентабельної діяльності страхових компаній не лише у короткостроковому, а й у довгостроковому періоді необхідно формувати сприятливе страхове середовище, в якому будуть максимально враховані та захищені інтереси всіх суб'єктів страхування. У цьому контексті важливим постає впровадження інноваційних розробок

у сфері надання страхових послуг. Під інноваційною страховою послугою слід розуміти комплекс системних заходів, спрямованих на гармонізацію всіх етапів страхового процесу, для отримання фінансово-економічного й соціально-правового ефекту від страхування. Інноваційна страхова послуга має більш привабливі споживчі властивості порівняно з попередниками, здатна

задовольнити раніше неохоплені потреби потенційного страхувальника та базується на використанні нових технологій.

Інноваційний процес передбачає поступове формування конкурентоспроможної страхової послуги, яка за кількісними та якісними ознаками буде перевершувати свої аналоги [1].

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Питанням інноваційної діяльності присвячено багато праць іноземних та українських учених. Серед вітчизняних науковців вагомий внесок у їх дослідження зробили С. Ілляшенко, В. Александрова, В. Ландик, Ю. Бажал, О. Василенко, О. Волков, В. Геєць, М. Денисенко, Н. Сулима, О. Величко, Л. Степасюк.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є виявлення переваг та можливих ризиків упровадження діджиталізації та інновацій у діяльність страхових компаній.

### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Інноваційна діяльність є завжди ризикованою, адже, незважаючи на чисельність досліджень, інноваційний продукт може бути не затребуваним на ринку і компанія втратить колосальні кошти, інвестовані у його розроблення.

Страховання як особливий елемент фінансової системи має специфічні особливості інноваційного розвитку, що є результатом специфіки його функціонування. До специфіки страхової діяльності можна віднести таке:

- Страхова компанія реалізує специфічний продукт – страхову послугу, якій притаманні такі особливості, як відсутність матеріально-речового змісту та неналежність страхових послуг до послуг першої необхідності, внаслідок чого ускладнюється їх реалізація. Страхувальники не відчують якості придбаних страхових продуктів страхової компанії до настання страхового випадку, настання якого має ймовірнісний характер.

- Невіддільність страхової послуги від страховика, який бере на себе зобов'язання з відшкодування збитків, які відбулися внаслідок настання страхового випадку.

- Відсутність патентування страхових послуг, що означає можливість копіювання вдалих страхових продуктів конкурентами.

- Значне державне регулювання страхової діяльності, що виявляється у вимогах до платоспроможності страхових компаній, розміщені страхових резервів, регулювання страхових тарифів (якщо йдеться про обов'язкові види страхування).

Наведені особливості страхової діяльності визначають специфіку її інноваційного розвитку. Для того щоб страхові компанії були конкурентоспроможними на ринку, вони повинні постійно вдосконалювати свою діяльність, оновлювати асортимент страхових послуг, систему взаємодії з клієнтами, освоювати нові канали збуту. Відсутність патентування страхових послуг стимулює до цього [6].

Науково доведено, що для копіювання страхових продуктів конкурентам необхідно шість місяців. Проте для формування позитивного іміджу необхідно мінімум п'ять років [7, с. 136].

Сьогодні галузь страхування пропонує величезні можливості як для бізнесу, так і для пересічних громадян, адже нові види страхування з'являються разом із новими галузями, бізнес-моделями та стратегіями монетизації, технологіями та гаджетами, а також даними про поведінку клієнтів. Лише за останні 18 місяців було запущено понад 100 страхових стартапів.

Розглянемо перелік найвідоміших продуктів, що змінюються у страхуванні сьогодні:

**Splitsurance** (спільна страховка): Allianz Suisse використовує хмарну платформу життєвого циклу страхування КАСКО для створення та запуску нового виду страхового продукту – Splitsurance. Пропозиція орієнтована на студентів університету у Швейцарії, які спільно проживають у квартирі. За умовами даного виду страхування клієнти можуть отримати покриття відповідальності, застрахувавши до трьох найцінніших предметів на свій вибір, а також отримати знижки, якщо їхні однолітки вирішать приєднатися.

**Погодинне страхування автомобіля – Civva.** Працює так: страхувальник у програмі для мобільних пристроїв вводить реєстраційний номер та приблизну вартість автомобіля, який бере на деякий час у друга чи члена сім'ї, вибирає час, який потрібно покрити, фотографує машину і сплачує розраховану суму страховки. Civva інтегрується з Facebook, а також запитує різні джерела даних для перевірки даних водійських прав, біржі претензій та андеррайтингу й автоматизованого захисту від шахрайства, аби швидше перевірити покриття, ніж інші страховики.

**Digital Risks** (цифрові ризики) – це спеціаліст зі страхування, створений для технологічних компаній, який пропонує гнучку щомісячну оплату моделі страхування як послуги. Під час використання даної моделі страхування можна розпочати з ноутбука і закінчувати страхуванням відповідальності роботодавців та страхуванням від порушень даних у міру зростання компанії.

**Back Me Up** (бути батьківським прикриттям для молоді та студентів). За 15 фунтів стерлінгів страхова компанія пропонує застрахувати свої три найцінніші речі (наприклад, ноутбук, мобільний телефон тощо), що також включає втрату від крадіжок та страхування подорожей по всьому світу, а також немає щорічних контрактів.

**Bought By Many** (стартап із Великобританії) – це безкоштовна послуга, яка допомагає користувачам знайти можливість застрахувати незвичайні речі (домашніх тварин, подорожі, автомобіль, велосипед, взуття, гаджети, покриття страхування житла і т.д.) Страхувальники заощаджують

у середньому 18,6%. Компанія домовляється про знижки безпосередньо зі страховиками для унікальних ситуацій клієнтів.

Страховка для жінок-водіїв – Go Girl, яка нагороджує хороших водіїв нижчими преміями. До страхового покриття також входить безкоштовна машина, коли автомобіль на ремонті, законний захист, дитяче автокрісло, особистий випадок аварії та покриття вітрового скла. Компанія також страхує сумочку власниці та її вміст, якщо її викрадуть з автомобіля. Всі транзакції виконуються в режимі онлайн.

Safety Wing (Страхування кочівників) через SafetyWing – це страхування подорожей, яке створює мережу безпеки для онлайн-фрілансерів та підприємців. Компанія пропонує покриття до 250 тис. доларів у разі несподіваного захворювання або травми, включаючи прийнятні витрати на лікарню, лікаря або лікарські засоби, що відпускаються за рецептом. У планах компанії поширити свої продукти на медичне страхування подорожей найближчим часом.

Платформа Vlot пропонує аналіз життєвих ризиків та рішення щодо покриття, які плавно підлаштовуються під зміни життєвих ситуацій. Коли страхувальник стикається з несподіваними змінами у своєму житті, такими як переїзд у нове місто, одруження чи втрата роботи, він самостійно має можливість скоригувати покриття, аби не переплачувати за надмірні ризики

Революційне страхове покриття в Інтернеті та мобільних мережах на затримки рейсів на дві години і більше. Розроблена компанією AXA, з Fizzу поєднуються переваги стартапу та страхові знання глобального страховика. Вони пропонують одноразове покриття з урахуванням маршруту польоту, з автоматичною компенсацією у разі затримки, без винятків. Клієнт може придбати страховку в будь-який час після придбання квитка на рейс за п'ять днів до вильоту [8].

Наприклад, AIG розробляє стратегії, спрямовані на зростання дровоної промисловості. Пропозиції щодо політики розроблені для захисту операторів безпілотної літальної апарату від відповідальності у разі зіткнення, технічних проблем або будь-якої іншої ситуації, яка може завдати

шкоди людям чи майну на місцях. AIG пропонує додаткове покриття для дистанційного викрадення безпілотної.

Сьогодні онлайн-домогання мають досить серйозні наслідки в режимі офлайн, а тому американська страхова компанія оголосила нову політику та розробила страховий продукт, який покриває шкоду від зловживань в Інтернеті. Chubb Insurance створив особисту страховку від кібержорстокого поведіння, яка покриватиме оплату за консультування, втрачений дохід від відсторонення від роботи, а також вартість найму фірми з управління репутацією в Інтернеті, яка допоможе видалити непотрібну інформацію із сайтів. Хоча політика спрямована на батьків, чиї діти можуть стати жертвами кібержорстокого поведіння, вона також охоплюватиме дорослих, які є об'єктами домагань в Інтернеті, визначення яких страхова компанія висвітлює так: «Три чи більше дій тієї самої особи чи групи з метою цькування, погрози або залякування клієнта» [9].

Кіберстрахування – це підкатегорія загальної страхової галузі, що пропонує продукти та послуги, розроблені для захисту бізнесу від ризиків на базі Інтернету [9].

Великі та малі компанії в усіх галузях промисловості ризикують потрапити в кібератаку, за оцінками, 62% жертв кіберпорушень – це малий та середній бізнес.

Лише за пару років ринок кіберстрахування США виріс приблизно з 10 страховиків до 50, які надають автономні поліси кіберстрахування. У 2015 р. ці провайдери принесли 2,75 млрд. доларів преміальних доходів у США. Згідно з недавнім дослідженням PwC, до 2020 р. ця кількість повинна втричі перевищити 7,5 млрд. доларів [9].

Існує три основні види страхування кібервідповідальності – це кібербезпека, кібервідповідальність та страхування від помилок та технологій (рис. 1). Перші два стосуються ризиків, пов'язаних із порушенням даних. Третя стосується компаній, які надають технологічні послуги та продукцію.

Страхування кібербезпеки також відоме як «Повідомлення про конфіденційність» та «Страхування витрат на управління кризовими ситуаціями». Даний вид страхування включає покриття

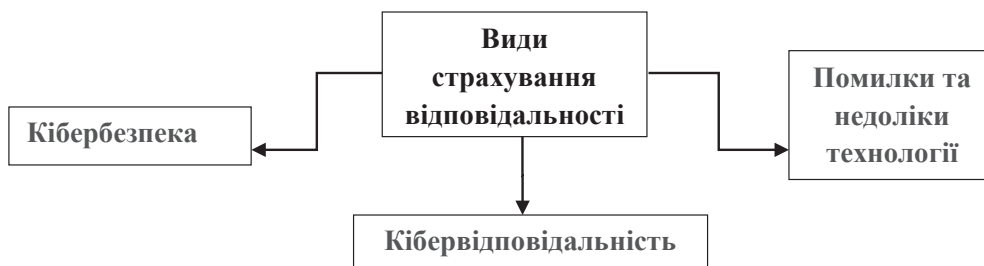


Рис. 1. Види страхування відповідальності в сфері цифрових технологій

Джерело: сформовано авторами на основі даних [10]

збитків, заподіяних стороною страхувальника та його бізнесу. Це покриття не захищає бізнес від шкоди, заподіяної третім сторонам. Страхування кібербезпеки стосується конкретно витрат на негайне реагування, пов'язаних із порушенням даних. Здебільшого з'ясується, як відбулося порушення, також повинні бути повідомлені про це постраждалі та надані послуги з моніторингу кредитування протягом одного року.

Приклади витрат, включених до покриття кібербезпеки, включають:

- витрати на експерта з криміналістики для визначення причини порушення, заходи щодо запобігання майбутнім порушенням;
- витрати на агентство зі зв'язків із громадськістю для надання допомоги у вирішенні питання;
- створення центру обробки дзвінків після страхового випадку;
- інформування про постраждалих осіб, особиста інформація яких (ідентифікація особи) була порушена;
- моніторинг кредиту цих осіб (як правило, протягом одного року);
- оплата витрат на «відновлення» викрадених ідентифікаційних даних унаслідок порушення даних (наприклад, витрат на оповіщення банків та компаній із кредитних карт).

Страхування кібервідповідальності, яке також називається страхуванням інформації та конфіденційності, покриває відповідальність страхувальника за збитки внаслідок порушення даних. Не покриваються витрати, які стосуються вартості негайного реагування. Цей вид страхування захищає підприємства, які продають товари та послуги безпосередньо в Інтернеті. Крім того, здійснюється захист підприємств, які збирають дані у своїй внутрішній електронній мережі. Найбільш поширені форми порушення даних включають особисту або фінансову інформацію, наприклад номери кредитних карток, дані банківських рахунків, номери соціального страхування, медичну інформацію, комерційну таємницю чи інтелектуальну власність.

Прикладом страхової ситуації може бути взлом автомобіля працівника та викрадення бізнес-ноутбуку або відправка електронного листа, який містить конфіденційну інформацію не тому адресату, невчасне розголошення даних або їх порушення.

Страхування технологічних помилок та недоліків, яке також називають професійною відповідальністю, або E&O, є формою покриття відповідальності, яка захищає підприємства, які надають або продають технологічні послуги та продукти. Це покриття заважає підприємствам нести повну вартість захисту від вимоги про недбалість, подану клієнтом, та збитків, присуджених у цивільному позові. Сюди можна віднести бізнес, який продає та обслуговує комп'ютерні продукти, але він також може включати графічних

дизайнерів та рекламні агентства, які створюють цифровий контент, що може завдати шкоди репутації компанії. Він охоплює комп'ютерних програмістів, які можуть створити несправний код для вебсайту, який спричинить, що бізнес надсилає продукти на неправильні адреси [10].

Страхування кібервідповідальності – це нова частина страхової галузі, котра розвивається стрімкими темпами. Ці ризики лише посилюються, оскільки все більше підприємств користуються комп'ютерами і мають підключення до мережі Інтернет.

У сучасному світі прогрес не стоїть на місці і так звана «діджиталізація» добралася й до страхового сектору. Все більше страхових компаній прагнуть йти у ногу з часом, упроваджуючи все можливі інновації. Наприклад, упровадження чат-ботів для придбання страхових полісів та обслуговування клієнта онлайн після придбання полісу.

Загалом діджиталізація на перший погляд має лише низку переваг: зменшення витрат на заробітну плату для страховиків, а також зручність придбання полісів для страхувальників не виходячи з дому. Але загалом ризиків набагато більше, сюди входять:

- витрати на створення програмного забезпечення/мобільного додатку/бота, витрати на супровід та модернізацію;
- підвищення ризику втрати конфіденційних даних клієнтів, що може закінчитися судовими тяжбами та втратою репутації;
- недосконалість системи: за наявності нестандартного випадку бот буде не в змозі вирішити проблему;
- складності у використанні: наприклад, люди похилого віку здебільшого не зможуть використовувати запропоновані нововведення, крім того, більшість людей на планеті не має підключення до Інтернету, а деякі взагалі не мають телефону;
- деякі клієнти надають перевагу спілкуванню з людьми, а не з ботами.
- ризик щодо низької капіталовіддачі на інвестиційні вкладення в розроблення нових страхових продуктів.

Щодо останнього можна навести приклад китайського страховика Ping An. Китайський страховик Ping An запланував широкомасштабні інвестиції в різноманітні технології – від штучного інтелекту до блокчейну – на суму \$22 млрд. Страхова та фінансова група Ping An більшу частину своїх коштів заробляє на реалізації пенсійних, накопичувальних, медичних, майнових страхових полісів.

Основна політика групи щодо розвитку технологій полягає в інвестуванні коштів у різноманітні стартапи, які забезпечуватимуть операційні процеси в діяльності компанії. Проектів і напрямів достатньо багато, і при цьому не всі вони є вдалими. Так, онлайн-провайдер із медичного страхування Good Doctor, до якого Ping An інвестувала

в 2018 році, втрачає гроші. Сайт Autohome, що забезпечує потреби автострахування, втратив близько чверті своєї вартості з моменту досягнення піку вартості в травні 2019 р. Платформа управління капіталом Lufax має проблеми з виходом на IPO. Схожі проблеми має фінансова компанія FinTech OneConnect, в яку також було вкладено чимало грошей [11].

**Висновки з проведеного дослідження.** Підсумовуючи вищенаведене, можна зробити висновок, що інноваційна діяльність корпоративного сектору насамперед пов'язана з можливістю отримання комерційного ефекту від результатів її впровадження. Не є винятком і галузь страхування, яка створює нові страхові продукти відповідно до потреб ринку, але будь-які нововведення, що стосуються як інноваційної діяльності, так і діджиталізації, є досить ризикованими для інвестора, адже, з одного боку – максимізація прибутку, а з іншого – великі витрати і ризик не прийняття страхувальником нововведень. Звісно, діджиталізація та прогрес є рушійною силою і, безумовно, за ними майбутнє, але на даному етапі страховим компаніям потрібно проводити детальні дослідження перед упровадженням принципово нових проєктів.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Страхові послуги : навчальний посібник / О.М. Віленчук та ін. ; за ред. Д.І. Деми. Київ : Алерта, 2017. 526 с.
2. Пікус Р.В., Заколюдажний В. Інноваційний розвиток страхової діяльності як основа підвищення її ефективності. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. 2015. № 3. С. 72–80. DOI : dx.doi.org/ 10.17721/1728-2667.2015/168-3.11.
3. Пікус Р.В. Інновації в страхуванні: світовий досвід, напрямки розвитку в Україні. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2009. № 18. С. 135–140.

4. Top 10 innovative insurance products of 2019. *Mantra labs global*. URL: <https://www.mantralabsglobal.com/blog/top-10-innovative-insurance-products-of-2019> (дата звернення: 09.11.2019).

5. Five New Types of Insurance. *FinTech Quotient*. URL: <https://gomedici.com/> (дата звернення: 30.10.2019).

6. 3 Types of Cyber Insurance Every Business Should Have. *My Insurance Question*. URL: <https://www.myinsurancequestion.com/cyber-insurance/> (дата звернення: 15.11.2019).

7. Рейтинговий журнал Insurance. URL: <https://forinsurer.com> (дата звернення: 31.10.2019).

#### REFERENCES:

1. Dema D., Vilenchuk O., Dem'yanyuk I. (2017) *Strakhovi posluhy [Insurance services]*. Kyiv: Alert. (in Ukrainian)
2. Pikus R.V., Zakolodyazhnyy V. (2015) *Innovatsiynyy rozvytok strakhovoyi diyal'nosti yak osnova pidvyshchennya yiyi yefektyvnosti. [Innovative development of insurance activity as a basis for improving its efficiency]*. *KNU named Tarasa Shevchenka*. №3. pp. 72–80. DOI: dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2015/168-3.11.
3. Pikus R.V. (2009) *Innovatsiyi v strakhuvanni: svi-tovyy dosvid, napryamky rozvytku v Ukrayini [Innovations in insurance: world experience, directions of development in Ukraine]*. *Teoretychni ta prykladni pytannya ekonomiky*. [Theoretical and applied issues of economics]. no. 18, pp. 135–140.
4. Mantra labs global (2019) *Top 10 innovative insurance products of 2019*. Available at: <https://gomedici.com/> (accessed 09 November 2019).
5. FinTech Quotient (2016) *Five New Types of Insurance*. Available at: <https://gomedici.com/> (accessed 30 October 2019).
6. My Insurance Question (2017) *3 Types of Cyber Insurance Every Business Should Have*. Available at: <https://www.myinsurancequestion.com/cyber-insurance/> (accessed 15 November 2019).
7. Reytynhovyy zhurnal «Insurance» [Reintin magazine "Insurance".] Available at: <https://forinsurer.com> (accessed 31 October 2019).