

ДОСЛІДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТРЕНДІВ У СТРАХОВОМУ МАРКЕТИНГУ
RESEARCH OF DIGITAL TRENDS IN INSURANCE MARKETING

УДК 368:004.738.5:339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.89-35>**Петрішина Т.О.**к.е.н., доцент кафедри управління бізнесом,
Державний університет економіки і технологій**Супрун А.А.**к.е.н., доцент кафедри фінансів і бухгалтерського обліку,
Державний університет економіки і технологій**Андрущенко Г.І.**д.соц.н., в.о. завідувача кафедри управління бізнесом,
Державний університет економіки і технологій**Petrishyna Tetiana**

State University of Economics and Technology

Suprun Anatolii

State University of Economics and Technology

Andrushchenko Hanna

State University of Economics and Technology

У статті розглянуто цифрові тренди та інновації у страховому маркетингу, які формують сучасні стратегії просування страхових послуг. Проаналізовано виклики цифрової трансформації, вплив на споживчий попит та конкурентні переваги страхових компаній, що впроваджують новітні цифрові інструменти у свою діяльність. Розглянуто показники розвитку страхових технологій та вплив інтернету речей на процеси оцінки ризиків, персоналізацію страхових продуктів і оптимізацію бізнес-процесів. Висвітлено роль штучного інтелекту та великих даних у формуванні клієнтського досвіду та покращенні маркетингових стратегій. Визначено ключові інноваційні тенденції, які сприяють ефективному маркетингу в страховій галузі, та наведено приклади використання цифрових платформ для залучення й утримання клієнтів. Запропоновано перспективи подальшого розвитку цифрового маркетингу в страхуванні.

Ключові слова: страховий маркетинг, цифрові тренди, InsurTech, цифрова трансформація, інтернет речей (IoT), інновації.

The article examines digital trends and innovations in insurance marketing that are shaping modern strategies for effectively promoting insurance services in a highly competitive market. It explores the challenges insurance companies face in adapting to digital transformation, focusing on changing consumer demands, the rapid evolution of digital technologies, and the need for innovative marketing approaches. The research highlights the importance of insurance technologies (InsurTech) and the integration of the Internet of Things (IoT) in improving risk assessment processes, enhancing the personalization of insurance products, and optimizing business operations. Special attention is given to how artificial intelligence (AI), big data analytics, and machine learning contribute to improving the customer experience and the efficiency of marketing strategies. The article provides an analysis of the key digital tools and platforms currently used by insurance companies to improve customer engagement, streamline claims processing, and facilitate underwriting. It also highlights the competitive advantages of digital insurance leaders over traditional companies as they leverage technological advances to improve efficiency and customer satisfaction. The study outlines key innovative trends driving growth in the insurance sector, such as automated claims processing, digital platforms for real-time customer interactions, and blockchain-based solutions for data security. It provides examples of practical applications of digital platforms, AI-driven tools, and other emerging technologies in the marketing of insurance services, demonstrating their role in attracting new customers and retaining existing ones. The article concludes with a discussion of the prospects for further development of digital marketing in the insurance industry, suggesting that companies that effectively implement digital strategies will be able to maintain a sustainable competitive advantage. The findings underscore the critical importance of continually adapting marketing and operations technology to meet evolving consumer needs and market trends.

Key words: insurance marketing, digital trends, InsurTech, digital transformation, Internet of Things (IoT), innovations

Постановка проблеми. Страховий сектор у сучасних умовах стикається зі значними викликами цифрової трансформації, яка докорінно змінює традиційні підходи до ведення бізнесу та взаємодії зі споживачами. Це потребує від страхових компаній постійного перегляду та адаптації маркетингових стратегій, щоб відповідати стрімкому розвитку технологій, діджиталізації бізнес-процесів, а також швидкоплинним змінам у споживчій поведінці. Підвищення вимог клієнтів щодо доступності, персоналізації та якості страхових послуг робить питання ефективного просування страхових продуктів ключовим для компаній, які прагнуть залишатися конкурентоспроможними. Крім того, розвиток InsurTech-компаній та впровадження нових цифрових технологій, таких як штучний інтелект, інтернет речей (IoT), блокчейн та великі дані, значно підсилюють тиск на традиційних страховиків. Для ефективного функціонування на сучасному ринку страхові компанії мають вивчати та впроваджувати інноваційні підходи до маркетингу, розробляючи сучасні стратегії залучення та утримання клієнтів через цифрові канали комунікації, покращення клієнтського досвіду та

автоматизацію процесів. В результаті, проблема адаптації маркетингових стратегій в умовах цифрової трансформації є критичною для забезпечення успішного розвитку страхового бізнесу в умовах зростаючої конкуренції та швидких технологічних змін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сфері цифрової трансформації та її впливу на маркетингову діяльність страхових компаній вже проведено значну кількість досліджень. Відомі українські та закордонні вчені, зокрема Ахмад А., Алшуридех М., Курді А, Ліберт Б., Бек М., Хлебінська О., Нікітін Ю., Кульчицький О., Драер Р., Клосс Д., Берман С., Соболева-Терещенко О., Антонова В. та інші, внесли значний вклад у вивчення цієї тематики. Роботи зазначених авторів охоплюють різноманітні аспекти, від теоретичних основ до практичного застосування цифрових технологій у маркетингу страхових послуг. Проте, незважаючи на обширність вже проведених досліджень, існує ряд невіршених питань, що потребують подальшого аналізу, які включають, більш детальне вивчення впливу новітніх технологій на персоналізацію страхових продуктів, а також

оцінку впливу цифрової трансформації на поведінку та лояльність клієнтів. Крім того, актуальним залишається питання інтеграції цифрових каналів з традиційними маркетинговими підходами, що вимагає глибокого розуміння взаємодії між різними маркетинговими інструментами у цифрову еру. Таким чином, необхідність подальших досліджень у цій сфері залишається актуальною та важливою для розвитку страхового сектору.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз сучасних цифрових трендів у маркетингу страхових послуг та оцінка їх впливу на конкурентні переваги страхових компаній. Визначення ключових напрямів цифрової трансформації в страхуванні дозволить окреслити можливі стратегії ефективного просування страхових продуктів на ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі розвитку економіки та бізнесу аналіз маркетингової діяльності страхових компаній виявляє надзвичайну важливість і актуальність у контексті швидкоплинного digital-середовища. Цифровий маркетинг у сфері страхування

перетворюється на ключовий елемент успіху, враховуючи зростаючу конкуренцію, швидкі зміни вимог та очікувань споживачів, а також стрімкий технологічний прогрес.

Сучасні страхові компанії мають справу з рядом викликів, серед яких найбільш впливовими є (табл. 1).

Приймаючи зазначені виклики і успішно вирішуючи проблеми, пов'язані з ними, страхові компанії можуть позиціонувати себе як лідера галузі та забезпечити собі довгостроковий успіх.

Слід зазначити, що лідери інноваційного страхування використовують можливості діджиталізації, прискорюють свій розвиток за рахунок масштабного впровадження нових цифрових технологій і залишають позаду традиційних страховиків (рис. 1).

Використання цифрових технологій є значною конкурентною перевагою цифрових лідерів перед традиційними страховиками (в результаті, згідно з дослідженням KPMG [8], 50 % цифрових лідерів досягають високої ефективності, тоді як відсоток найбільш ефективних традиційних страховиків

Таблиця 1

Сучасні виклики в діяльності страхових компаній

Сфери викликів	Зміст
Динаміка ринку та конкурентне середовище	Швидкі та непередбачувані зміни на страховому вимагають постійного оновлення маркетингових стратегій для підтримки конкурентоспроможності
Цифрова трансформація	Впровадження новітніх технологій у маркетинг страхових компаній, таких як аналітика даних, штучний інтелект та автоматизація, стає критичним для залучення та утримання клієнтів
Зміна споживчого попиту	Потреби клієнтів постійно змінюються, що вимагає від страховиків постійного вдосконалення маркетингових стратегій для адаптації до нових потреб
Важливість бренду та комунікації	Ефективне позиціонування бренду та комунікації з клієнтами стають ключовими факторами у виборі страхових продуктів
Пошук та утримання талантів	Страхова галузь відчуває дефіцит кадрів, особливо в таких сферах, як аналіз даних і цифровий маркетинг. Щоб впоратися з цією проблемою, компаніям потрібно інвестувати в пошук талантів і розробку стратегій утримання кваліфікованих працівників.

Джерело: сформовано авторами на основі [5; 6; 13]

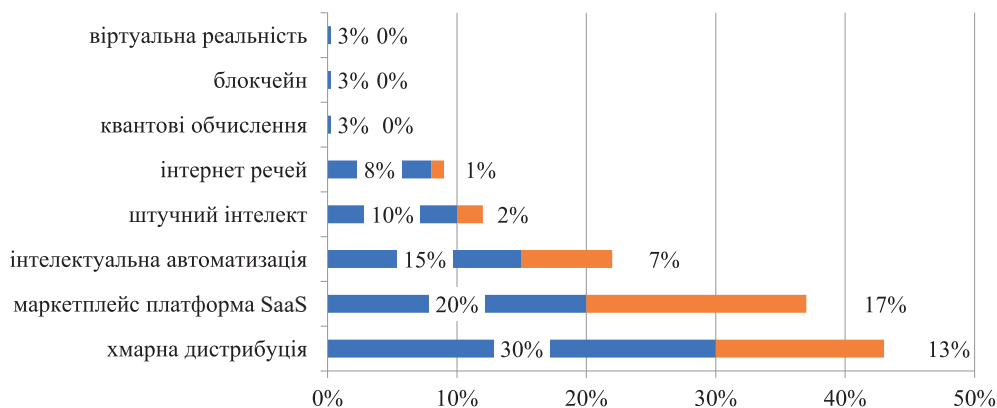


Рис. 1. Впровадження новітніх технологій: лідери цифрового страхування проти лідерів традиційного страхування

Джерело: [14]

становить лише 12 %), набагато ефективніше використовувати цифрові пропозиції для покращення досвіду клієнтів і збору цінних даних.

Бізнес-процеси страховика, які перш за все піддаються процесам цифровізації, включають у себе: продаж страхових послуг, врегулювання страхових випадків, ведення бухгалтерського обліку, андеррайтинг тощо (табл. 2).

Донедавна страховий сектор розглядався як один з найбільш консервативних галузей. Було складно уявити, що укладення угоди може відбуватися без великої кількості документів, а процес врегулювання страхових випадків та виплат може займати всього кілька хвилин чи годин (зокрема, в контексті України). Однак глобальна цифрова трансформація зачепила й сферу страхування, і вже з 2018 року Insurance Technology (страхові технології, далі Insurtech, іншуртех) став одним з секторів у цифровій економіці, які найбільше розвиваються.

Розмір глобального ринку Insurtech оцінювався в 8,8 млрд. доларів США в 2021 році, і, за прогнозами, до 2030 року він досягне розміру ринку в 166,4 млрд. доларів США, зростаючи

в середньому на 39,1 % з 2022 по 2030 рік [10]. Зазначене вище обумовлене зростанням попиту на цифрові страхові послуги серед фізичних та юридичних осіб. Так, за останні 10 років відбулося подвоєння частки споживачів, які взаємодіють зі страховими компаніями через цифрові канали на світовому рівні. При такій динаміці спостерігається зростання інвестицій в InsurTech, про що вказує позитивна тенденція світових інвестицій у страхові інновації (рис. 2).

Як видно за досліджуваний період кількість угод InsurTech зростає на 303 од., а інвестицій – на 5722 млн дол. У 2022 р. спостерігається значний негативний check point в динаміці обсягів інвестування. Так, річні інвестиції в InsurTech зменшилися вдвічі за 2021–2022 роки, що у річному обчисленні становило 49,5 % зменшення: з 15,80 млрд дол. у 2021 році до 7,97 млрд дол. у 2022 році.

Доцільно розглянути показники розвитку InsurTech у розрізі майнового (P&C) та особистого страхування (L&H) (рис. 3).

Як видно з рис. 3., лідерство у залученні інвестицій у InsurTech належить галузі майнового страхування, яка отримала в середньому 60 % загального

Таблиця 2

Інструменти діджиталізації основних бізнес-процесів страховиків

Бізнес-процеси	Інструменти
Реалізація страхових послуг	Використання блокчейну, SMART-контрактів, цифрові платформи та мобільні додатки тощо
Андеррайтинг	Телематика, використання фітнес-трекерів та медичних пристроїв, для оцінки стану здоров'я клієнтів, Інтернет речей, використання Big Data
Документообіг	Е-документообіг, захист персональної інформації з використанням блокчейну, створення профілю клієнта, цифровий підпис та електронна ідентифікація
Врегулювання страхових претензій	Подання он-лайн документів відносно настання страхових випадків, використання блокчейн для створення історії врегулювання страхових претензій, мобільні додатки, роботизований процес автоматизації
Ведення бухгалтерського обліку	Використання дистанційних програм подання фінансових документів, зокрема звітності, програм електронного ведення бухгалтерського обліку тощо

Джерело: сформовано авторами на основі [1; 9]

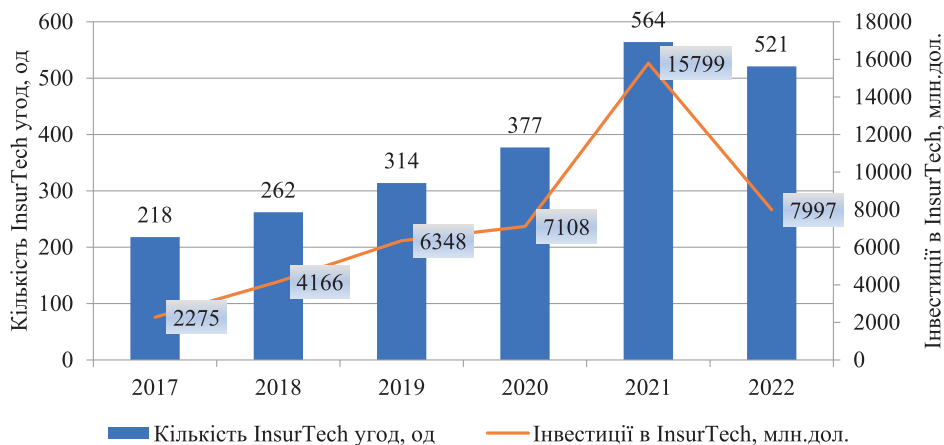


Рис. 2. Динаміка світових інвестицій та угод в InsurTech протягом 2017–2022 років

Джерело: сформовано авторами на основі [7; 11]

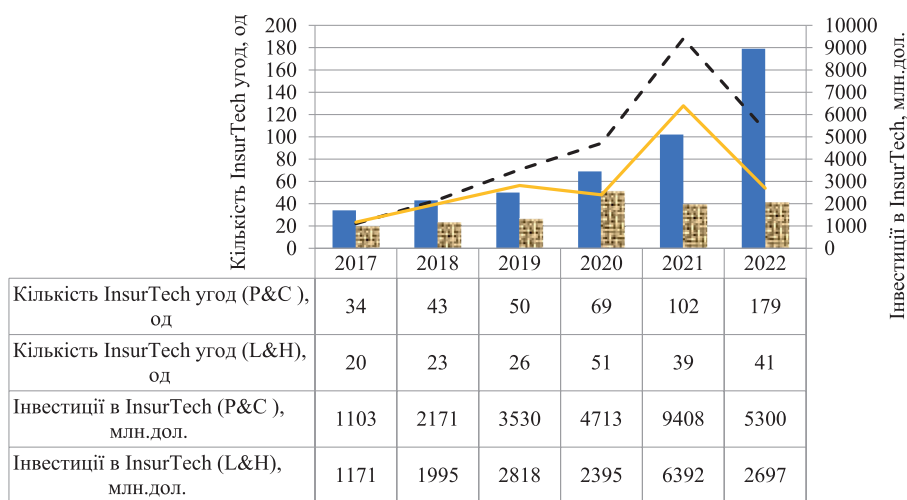


Рис. 3. Динаміка світових інвестицій та угод в InsurTech в розрізі галузей страхування протягом 2017–2022 років

Джерело: сформовано авторами на основі [7; 11]

обсягу фінансування за досліджуваний період та де було укладено 70,5 % усіх угод іншуртех.

Сфера особистого страхування посідає друге місце за вказаними показниками, зберігаючи високі обсяги фінансування та позитивні тенденції у впровадженні страхових технологій. Фахівці вважають, що, не дивлячись на те, що сегмент страхування життя та здоров'я (L&H) посідає другу сходинку в обсягах інвестування в InsurTech, ця галузь є надзвичайно привабливою для інвесторів, на що вказує зростання інвестування цього сектору страхового ринку за досліджуваний період на 1526 млн дол., або на 130,3 %.

Розглянемо сучасний стан такої складової цифрової трансформації страхового бізнесу, як Інтернет речей (IoT), який посідає у страхуванні ключове місце через свою потужну здатність вдосконалювати процеси оцінки ризику та підвищувати точність страхових полісів. Завдяки підключенню датчикам та пристроям, які надають дані в реальному часі, страхові компанії можуть

оцінювати ризики більш точно та індивідуально для кожного клієнта. IoT дозволяє збирати і аналізувати величезний обсяг інформації про страхові випадки, що допомагає уникнути шахрайства та зменшити витрати на відшкодування збитків. Це також стимулює розвиток нових страхових продуктів, які більш точно відповідають потребам клієнтів, забезпечуючи високий рівень персоналізації та ефективності в галузі страхування.

Компанією ACORD було проведено опитування різних фахівців у сфері страхування для визначення прогнозів щодо перспектив розвитку страхової галузі протягом наступних 20 років. Під час опитування учасники визначали технології, методи та стратегії, які, на їхню думку, найбільш суттєво вплинуть на глобальний страховий сектор як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі [3]. Технологія IoT зайняла третю позицію у цьому дослідженні. Понад половина (57 %) північноамериканських та європейських компаній вже використовують IoT у своїй діяльності (рис. 4).

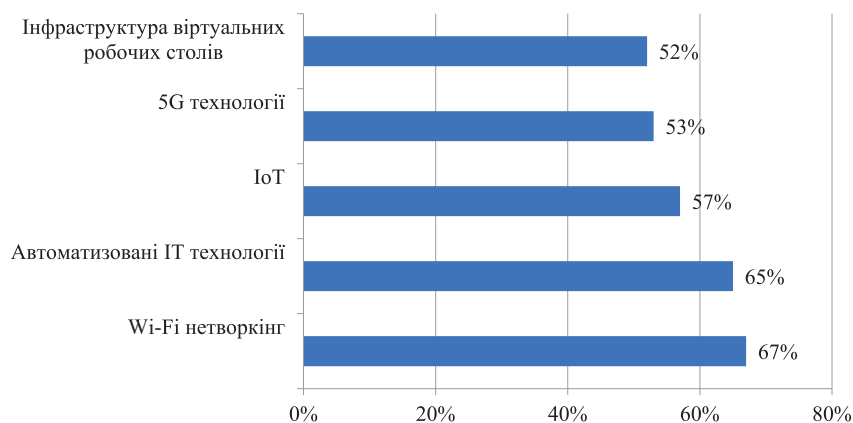


Рис. 4. ТОП-5 цифрових технологій, які матимуть суттєвий вплив на глобальний страховий сектор

Джерело: сформовано авторами на основі [3; 4]

Очікується, що обсяг страхового ринку Інтернету речей зросте з 45,23 млрд дол. у 2023 році до 70,26 млрд дол. США до 2028 року із середньорічним темпом зростання 9,21 % протягом прогнозованого періоду (2023–2028 роки). Зростання страхового сектору паралельно з інноваційними моделями страхування, із збільшенням обсягів використання Інтернету речей задля зниження премій і витрат, пов'язаних з ризиком, додатково розширює зростання досліджуваного ринку.

Протягом найближчих років очікується глибока цифрова трансформація страхового сектору. Згідно з прогнозом GlobalData [4] у період з 2019 по 2024 рік очікується, що доходи в галузі InsurTech зростуть на 23 %, досягаючи рівня у 3,4 млрд дол.

З метою оцінки впливу автоматизації в страхуванні, компанією McKinsey було проаналізовано різні сектори страхового бізнесу у провідних страхових компаніях Європи та Сполучених Штатів, включаючи андеррайтинг, актуарні розрахунки, робота з претензіями, фінанси. Було виявлено, що протягом наступних десяти років можна буде автоматизувати від 10 до 55 відсотків зазначених функцій (рис. 5).

Як видно, за даними McKinsey, до 55 % внутрішніх процесів страхових компаній можуть бути автоматизовані протягом наступного десятиліття. Це охоплює процеси, такі як оцінка ризиків, обробка заявок на страхування, фінансові операції та інші. Big Data та AI дозволять автоматизувати до третини робочих позицій, пов'язаних з андеррайтингом. До того ж, ще 30 % андеррайтерів високо використовуватимуть цифрові інструменти та співпрацюватимуть з аналітиками даних для більш точного аналізу та управління ризиками.

Цей глобальний тренд є актуальним і для України. Перший етап цифрової трансформації страхування активно розвивається. На сьогоднішній день, більшість великих українських страхових

компаній вже випустили свої інноваційні цифрові продукти або активно працюють над їхньою розробкою.

Звісно, що кожен вид економічної діяльності має свою специфіку. Наприклад, використання чат-ботів у продажу масових стандартизованих страхових послуг є справою звичайною, у той час як цей цифровий продукт не оцінюється як перспективний у програмах зі страхування життя. При укладенні довгострокового договору зі страхування життя потенційні страхувальники воліють спілкуватися з фінансовими консультантами.

Аналіз бази даних Innovation Explorer (Центр розвідки Disruptor GlobalData), демонструє, що нові технології можуть автоматизувати ряд процесів, пов'язаних з утворенням вартості у страховій сфері. Навіть при відсутності точних прогнозів щодо майбутнього страхового сектору, страхові компанії мають розумно та уважно відноситися до нововведень у технологіях. Вони повинні почати розробляти та впроваджувати комплексні стратегії використання даних з метою створення привабливих послуг, генерації ідей, оптимізації процесів та зменшення витрат [4].

Ключові інновації включають в себе оцінку біометричних даних, яку здійснюють перестрахові компанії, наприклад, SCOR. Також серед них слід виділити автоматизовані претензії, які використовують платформу CoreLogic Claims Connect; мобільні додатки, зокрема TM Care від Tokio Marine, а також посередницькі операції у сфері мобільного зв'язку (табл.3).

Таким чином, останні дослідження в галузі цифрових трендів у страховому бізнесі відображають стрімкий розвиток технологій, таких як IoT, штучний інтелект, автоматизація та цифрові платформи.

Висновки. Зростаюча важливість аналізу даних, спрощення користувацького досвіду,

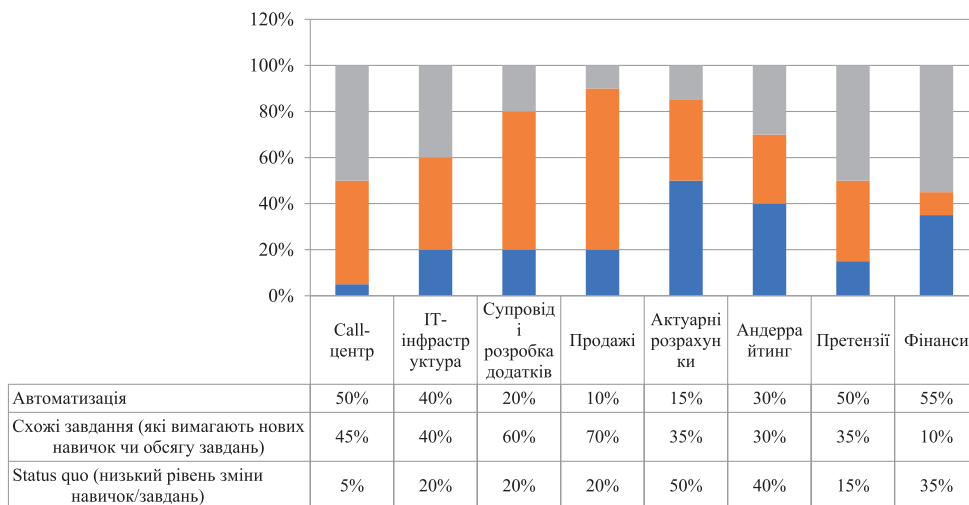


Рис. 5. Функції страховиків, які будуть автоматизовані упродовж наступних 10 років

Джерело: [12]

Таблиця 3

Деякі цифрові інновації в страхуванні

Інновації	Характеристика/приклади
Аналітика біометричних даних	Французький перестраховик SCOR представив автоматизований біометричний калькулятор для оцінки серцево-судинних ризиків на базі штучного інтелекту під назвою "Vitaе CVR". Алгоритми машинного навчання від Vitaе, які вбудовані у посібник з андеррайтингу SOLEM від SCOR, враховують такі фактори ризику, як рівень кальцію, фізичної активності тощо, що призводить до більш точної оцінки серцево-судинних ризиків та допомагає у прийнятті більш обґрунтованих цінових рішень.
Автоматизовані претензії	Американський стартап Openly, спеціалізуючись на страхуванні житла, пропонує автоматизоване рішення з управління майновими претензіями через платформу CoreLogic Claims Connect. Ця платформа забезпечує переваги клієнтам Openly, таким як ріелтори та власники будинків, дозволяючи отримувати доступ до даних претензій та QX в режимі реального часу, забезпечуючи при цьому високий рівень безпеки. Це сприяє узгодженості претензій та підвищує якість отриманих даних.
Мобільні програми	Дочірня компанія Tokyo Marine Insurance (В'єтнам) пропонує страховий додаток TM Care, призначений для японських компаній, що здійснюють свою діяльність у цій країні. Цей додаток використовує AI для надання цифрового страхування (в рамках В'єтнаму) та може бути інтегрований для співпраці з point- службами, B2B, B2C ринками та цільовим маркетингом.
Mobile First	Технологія, керована мета-версією, для підвищення привабливості віртуального середовища для клієнтів. Цей стартап використовує робочі простори Oculus Horizon для створення гібридного майданчика, де страхувальники можуть спілкуватися з брокерами, (комфортне обслуговування клієнтів).
Zesty AI	Start-up, який використовує можливості штучного інтелекту у сфері трансформації майнового страхування. Застосовуються передові технологічні досягнення для моделювання ймовірності настання страхових подій у зазначеній сфері. Представники страхових компаній, перевізники та перестраховики співпрацюють із компанією Zesty з метою точнішого оцінювання ризиків та пропонування клієнтам більш вигідних умов страхування.
Attestiv	Стартап спрямований на боротьбу з шахрайством. Attestiv розвиває технології, які підтверджують достовірність фотографій і відео, що допомагає знизити ризики під час розслідування страхових подій.
Flock	Інноваційний додаток, спрямований на страхування та забезпечення безпеки для безпілотних літальних апаратів. Цей застосунок пропонує передовий інструмент для кількісної оцінки ризику польотів безпілотників у реальному часі, який вважається одним з передових у світі.

Джерело: складено авторами на основі [2; 4; 9]

розвиток штучного інтелекту, великих даних та поява нових цифрових продуктів створюють потужні можливості для поліпшення ефективності та персоналізації страхових послуг. Використання цифрових інструментів та технологій дозволяє страховим компаніям не лише підвищувати якість обслуговування, але й створювати нові страхові продукти, які більш точно відповідають індивідуальним потребам клієнтів. Це забезпечує покращення взаємодії зі споживачами, пришвидшує процеси укладання договорів та врегулювання страхових випадків. Аналіз світових тенденцій показує, що компанії, які активно впроваджують цифрові технології, отримують конкурентні переваги на ринку, забезпечуючи вищий рівень задоволеності клієнтів. Такі тренди свідчать про важливий стратегічний напрямок розвитку галузі, орієнтований на задоволення потреб сучасного ринку, зміцнення довіри споживачів та забезпечення конкурентоспроможності страхових компаній у цифрову епоху, де інновації та технологічна адаптивність стають ключовими факторами успіху.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сосновська О.О. Інноватизація страхового бізнесу в умовах розвитку цифрової економіки. *Бізнес Інформ*. 2021. № 7. С.62–69.
2. Стихальська Н. Як Insurtech змінює ринок страхування. *TAS Life*. 2022. URL: <https://taslife.com.ua/blog/yak-insurtech-zminyuye-rynok-strahuvannya>
3. Як машинне навчання та інтернет речей впливають на майбутнє страхової галузі? *Forinsurer*. 2023. URL: <https://forinsurer.com/news/23/03/08/42421>
4. Як нові технології сприяють трансформації страхового сектору. Дослідження GlobalData. *Insurance TOP*. 2023. № 3 (87). URL: <https://forinsurer.com/files/file00724.pdf>
5. 5 challenges and opportunities in the insurance industry. 2023. URL: <https://commissionsblog.blitzrocks.com/5-challenges-insurance-industry-2023>
6. Abhishek Peter. 2023. TOP 10 challenges for insurers. URL: <https://www.insurancethoughtleadership.com/going-digital/top-10-challenges-insurers>
7. Global InsurTech Report. Gallagher Re, 2022. URL: <https://www.ajg.com/gallagherre/-/media/files/gallagher/gallagherre/gallagher-re-insurtech-report-q4-2022.pdf>

8. Harvey Nash/KPMG CIO Survey, KPMG International. 2020. URL: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2020/10/harvey-nash-kpmg-cio-survey-2020.pdf>

9. How to Implement Digital Transformation in Insurance Companies. 2024 URL: <https://kissflow.com/solutions/insurance/digital-transformation-insurance/>

10. Insurtech Market Size – Global Industry, Share, Analysis, Trends and Forecast 2022–2030. 2022. URL: <https://www.acumenresearchandconsulting.com/insurtech-market>

11. Johnston A. Global InsurTech Data Highlights 2023: VC Investments, Deal Size & Funding Rounds. URL: <https://beinsure.com/global-insurtech-highlights-2023/>

12. Mckinsey & Company. Transforming the talent model in the insurance industry. 2020. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/transforming-the-talent-model-in-the-insurance-industry#/>

13. Top 6 Challenges Insurance Companies Are Facing Today and How Market Leaders Are Solving Them. 2023. Enrich K. URL: <https://www.enrich.org/blog/top-challenges-insurance-companies-are-facing-today-and-how-market-leaders-are-solving-them/>

14. Yaneva T. Digital Transformation of Insurance Sector. 2022. URL: https://www.researchgate.net/publication/358988778_Digital_Transformation_of_Insurance_Sector

REFERENCES:

1. Sosnovska O.O. (2021). Innovatyzatsiia strakhovoho biznesu v umovakh rozvytku tsyfrovoy ekonomiky [Insurance business innovation in the context of digital economy development]. *Business Inform*, vol. 7, pp. 62–69 (in Ukrainian)

2. Stykhalska N. (2022). Yak Insurtech zminiuie rynek strakhuvannia [How Insurtech is changing the insurance market]. *TAS Life*. Available at: <https://taslife.com.ua/blog/yak-insurtech-zminyuye-rynok-strahuvannya> (in Ukrainian)

3. Yak mashynne navchannia ta internet rechei vplyvaiut na maibutnie strakhovoi haluzi? (2023). [How do machine learning and the Internet of Things affect the future of the insurance industry?] *Forinsurer*. Available at: <https://forinsurer.com/news/23/03/08/42421> (in Ukrainian)

4. Yak novi tekhnolohii spriyaiut transformatsii strakhovoho sektoru. Doslidzhennia GlobalData. (2023). [How new technologies are contributing to the transformation of the insurance sector]. GlobalData research. *Insurance TOP*, no. 3(87). Available at: <https://forinsurer.com/files/file00724.pdf> (in Ukrainian)

5. 5 challenges and opportunities in the insurance industry (2023). Available at: <https://commissionsblog.blitzrocks.com/5-challenges-insurance-industry-2023>

6. Abhishek Peter (2023). TOP 10 challenges for insurers. Available at: <https://www.insurancethoughtleadership.com/going-digital/top-10-challenges-insurers>

7. Global InsurTech Report. Gallagher Re, 2022. Available at: <https://www.ajg.com/gallagherre/-/media/files/gallagher/gallagherre/gallagher-re-insurtech-report-q4-2022.pdf>

8. Harvey Nash/KPMG CIO Survey, KPMG International (2020). Available at: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2020/10/harvey-nash-kpmg-cio-survey-2020.pdf>

9. How to Implement Digital Transformation in Insurance Companies (2024) Available at: <https://kissflow.com/solutions/insurance/digital-transformation-insurance/>

10. Insurtech Market Size – Global Industry, Share, Analysis, Trends and Forecast 2022 – 2030. (2022). Available at: <https://www.acumenresearchandconsulting.com/insurtech-market>

11. Johnston A. Global InsurTech Data Highlights 2023: VC Investments, Deal Size & Funding Rounds. Available at: <https://beinsure.com/global-insurtech-highlights-2023/>

12. Mckinsey & Company (2020) Transforming the talent model in the insurance industry. Available at: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/transforming-the-talent-model-in-the-insurance-industry#/>

13. Top 6 Challenges Insurance Companies Are Facing Today and How Market Leaders Are Solving Them (2023). Enrich K. Available at: <https://www.enrich.org/blog/top-challenges-insurance-companies-are-facing-today-and-how-market-leaders-are-solving-them/>

14. Yaneva T. Digital Transformation of Insurance Sector (2022). Available at: https://www.researchgate.net/publication/358988778_Digital_Transformation_of_Insurance_Sector