

## Тема 9. Електронна комерція та цифрові платформи у страхуванні

### 1. Види електронних платформ для продажу страхових продуктів

Електронна комерція у страхуванні — це форма продажу страхових продуктів через цифрові канали, яка дозволяє клієнтам здійснювати вибір, оформлення, оплату й управління страховками онлайн. У сучасному страховому ринку функціонує кілька типів **електронних платформ**, які виконують роль цифрових посередників або повноцінних каналів дистрибуції:

1. **Офіційні сайти страхових компаній** — дають змогу напряму оформити поліс онлайн (наприклад, Vuso, ARX, TAS). Тут, як правило, пропонуються базові продукти: автоцивілка, туристичне страхування, майно, здоров'я.

2. **Маркетплейси (страхові агрегатори)** — це спеціалізовані платформи, які збирають пропозиції від багатьох страхових компаній, дозволяючи користувачу порівняти умови та ціни. Приклади в Україні: Hotline.finance, Finance.ua, strahovka.ua. Світові — PolicyBazaar (Індія), CoverHound (США), Clark (Німеччина).

3. **Вбудовані страхові сервіси (embedded insurance)** — страхування інтегрується у платформу, де клієнт здійснює основну дію (наприклад, купівля квитка, оренда авто). Наприклад, під час бронювання житла або купівлі квитків у сервісах Booking чи Ryanair часто пропонується додаткове туристичне страхування.

4. **Neobrokers / InsurTech-платформи** — це повністю цифрові посередники, що використовують AI, машинне навчання, телематику та поведінкову аналітику для підбору індивідуальних пропозицій. Вони поєднують продаж, консалтинг і сервіс в одному віртуальному просторі.

5. **Мобільні застосунки** — дозволяють оформлювати поліси, керувати ними, продовжувати або скасовувати підписки, отримувати повідомлення про страхові події. Такі додатки мають, наприклад, компанії Vuso, Getsafe, Bima, Zego.

## 2. Основні переваги електронної комерції для клієнтів і страховиків

Цифровізація продажів принесла значні переваги як для споживачів, так і для самих страховиків.

Для клієнтів це:

- **Швидкість** — оформлення поліса за кілька хвилин без візиту до офісу.
- **Зручність** — доступ 24/7, з будь-якого пристрою, у будь-якій точці світу.
- **Прозорість** — можливість порівняти пропозиції різних компаній, ознайомитись із повними умовами договору.
- **Економія коштів** — онлайн-продукти зазвичай мають нижчу вартість через менші адміністративні витрати.
- **Цифровий сервіс** — нагадування про продовження, цифрове зберігання полісів, швидкий доступ до підтримки.

Для страхових компаній переваги включають:

- **Зниження витрат на агентську мережу та фізичну інфраструктуру.**
- **Швидке масштабування та вихід на нові ринки** без відкриття філій.
- **Збір даних про поведінку клієнтів**, що дозволяє краще персоналізувати пропозиції.
- **Автоматизація процесів** — менше людських помилок, вища швидкість обробки запитів.

- **Підвищення конкурентоспроможності** за рахунок інноваційних сервісів.

### **3. Тренди в розвитку онлайн-продажів у світі та в Україні**

Світовий ринок страхових онлайн-продажів демонструє стійке зростання. За останні роки частка політик, оформлених у цифровому форматі, стрімко зростає, особливо у сегментах мікрострахування, страхування подорожей, майна та здоров'я. Основні тренди:

- **Перехід від каналів B2C до B2B2C та embedded models** — коли страхування вбудовується в основний споживчий процес.
- **Використання big data та AI для рекомендацій продуктів** — системи прогнозують потреби клієнта ще до його запиту.
- **Оmnіканальність** — інтеграція усіх точок контакту в єдину цифрову екосистему.
- **Поява нішевих InsurTech-продуктів** — страхування для фрилансерів, кур'єрів, мандрівників, користувачів спільної економіки.

В Україні ринок електронної комерції в страхуванні активно зростає, хоча й має певні обмеження — зокрема, обмежену цифрову грамотність частини населення, обережність у виборі онлайн-платежів та потребу в підвищенні довіри до віртуальних сервісів. Тим не менш, платформи Hotline.finance, Vuso, strahovka.ua демонструють позитивну динаміку. Зростає й кількість користувачів мобільних застосунків страхових компаній, особливо серед молоді.