

УДК 368 (477)

## ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СФЕРИ СТРАХОВИХ ІНТЕРНЕТ-ПОСЛУГ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

В. Плиса

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
79008, м. Львів, проспект Свободи, 18  
E-mail: V\_plysa@ukr.net*

*Розглянуто сутність та проблеми розвитку сфери страхових інтернет-послуг в економіці України. З'ясовано доцільність використання у поточній практиці електронних каналів реалізації страхових послуг.  
Ключові слова: страхова послуга, канал реалізації страхових послуг, Internet, інтернет-послуга, посередник, страховик, страхувальник.*

Нинішній стан вітчизняної економіки визначається переходом до інформаційного суспільства та пов'язаний з наявністю економічних проблем, у тому числі й таких, що зачіпають сферу інтернет-послуг, інтелектуальної праці, мережевої економіки, які потрібно вирішувати негайно. Адаптація світового досвіду з урахуванням специфіки національної економіки дозволить відкрити нові напрями досліджень і повинна сприяти якнайшвидшій інтеграції України в загально-економічний світовий розвиток.

При переході до інформаційного суспільства стрімко зростає кількість і помітно підвищується якість інтернет-послуг. Сфера інтернет-послуг та їх номенклатура нині істотно розширюються.

У третьому тисячолітті *Internet* охоплює все більше й більше число користувачів у всьому світі (таблиця 1; 2). Поряд зі значним зростанням числа користувачів Інтернету істотно розширюється сфера інтернет-послуг.

На світовому ринку страхових послуг сформувався і динамічно розвивається в останні роки новий сегмент – сегмент страхових інтернет-послуг, який впливає на ефективність і конкурентоспроможність економічних суб'єктів, стаючи невід'ємним елементом інноваційного розвитку економіки.

Загальносвітові тенденції розвитку інформаційного суспільства визначають необхідність розвитку сфери страхових інтернет-послуг в економіці, її подальшої інтелектуалізації, інформатизації та поглиблення поділу інтелектуальної праці в *Internetі*. Особливі вимоги у цьому зв'язку пред'являються до організації і регулювання інтернет-сервісу та управління ним, до якості страхових інтернет-послуг, до сервісного менеджменту і маркетингу страхових послуг в *Internetі*.

Невирішеність названих проблем не дозволяє ефективно здійснювати регулювання сфери інтернет-послуг, що в цілому негативно позначається на можливостях інноваційного розвитку української економіки.

Стрімкий розвиток комунікаційних технологій, поширення та зростання значення *Internetу* в житті сучасної людини не можуть не змінити способи та методи закупівель, моделі купівельної поведінки, ставлення до проблем задоволення потреб.

Фахівці вважають, що однією з відмітних ознак страхового підприємництва третього тисячоліття повинні стати електронні канали реалізації страхових послуг.

Таблиця 1

Зростання кількості користувачів *Internet* в світі в 2000-2011 за регіонами світу

Регіон	Чисельність населення у 2011 р.	Користувачі Internet		
		у 2000 р.	у 2005 р.	у 2011 р.
Азія	3 879 740 877	114 304 000	332 590 713	922 329 554
Африка	1 037 524 058	4 514 400	28 917 500	118 609 620
Європа	816 426 346	105 096 093	285 408 118	476 213 935
Північна Америка	347 594 870	108 096 800	224 103 811	272 066 000
Латинська Америка (з Карибськими островами)	597 283 165	18 068 919	72 953 597	215 939 400
Австралія (з Океанією)	35 426 995	7 620 480	17 890 762	21 293 830

Джерело: *Miniwatts Marketing Group*. [www.miniwatts.com](http://www.miniwatts.com); *THE WORLD POPULATION AND THE TOP TEN COUNTRIES WITH THE HIGHEST POPULATION – Internet world stats* – [www.internetworldstats.com/stats8.htm](http://www.internetworldstats.com/stats8.htm); *Народонаселение мира в 2011 году. – UNFPA, 2011.* – <http://www.unfpa.org/public/op/preview/home/sitemap/swp2011>.

Грунтуючись на використанні *Internet*, електронні канали реалізації можуть змінити саму сутність структури реалізації страхових послуг. Фізичну реальність страхових центрів може бути витіснено віртуальними страховими комплексами, а купівля страхової послуги в кіберпросторі може замінити для мільйонів страхувальників відвідування офісів страхових компаній.

Чи стануть електронні канали реалізації домінантою політики реалізації суттєво залежить від того, які переваги та недоліки має цей високотехнологічний спосіб реалізації та наскільки ці переваги та недоліки виявляться на ринку страхових послуг в найближчому майбутньому.

До переваг електронних каналів реалізації страхових послуг належать: глобальний масштаб та охоплення; зручність і швидкість здійснення купівлі; продуктивність та гнучкість обробки інформації; управління базами даних і можливість установа нових відносин; нижчі витрати на здійснення реалізації страхових послуг.

Усі вищевказані переваги мають високу вірогідність стати суттєвими, звичайно, за певних умов ринку. Так, навіть маленька страхова організація зможе продавати свої страхові продукти страхувальникам з усього світу, маючи в активі глобальний масштаб та охоплення *Internet*, так само, як і страхові організації гіганти та транснаціональні страхові корпорації. Вони зможуть змінювати свої пропозиції таким чином, щоб задовольнити потреби невеликих ринкових ніш і мікросегментів страхового ринку, завдяки обробці інформації та можливостям, які надає управління базами даних. Саме такі можливості пропонують електронні канали реалізації страхових послуг, що ґрунтуються на використанні *Internet*-технологій. А споживачі зможуть здійснювати купівлі на глобальному ринку, не полишаючи своїх помешкань та водночас суттєво економлячи час і витрати, якщо економія у витратах на продаж і дистрибуцію існуватиме за функціонування електронних каналів.

Недоліки електронних каналів реалізації страхових послуг:

- віртуальність контакту з страховими продуктами та відстрочка володіння ними;
- логістика укладання страхової угоди має швидкість, або продуктивність,

неадекватну швидкості *Internet*;

- хаос, заплутаність і громіздкість *Internet*;
- можливість вірусного зараження комп'ютерів.

Таблиця 2

Кількість користувачів *Internet* в Європі

Країна	Населення у 2011 р.	Користувачі Internet станом на 31.12.11	Частка користувачів Internet у країні	Частка користувачів Internet в Європі
Австрія	8 217 280	6 143 600	74,8 %	1,3 %
Албанія	2 994 667	1 441 928	48,1 %	0,3 %
Андорра	84 825	68 740	81,0 %	0,0 %
Білорусь	9 577 552	4 436 800	46,3 %	0,9 %
Бельгія	10 431 477	8 489 901	81,4 %	1,7 %
Боснія і Герцеговина	4 622 163	1 955 277	42,3 %	0,4 %
Болгарія	7 093 635	3 464 287	48,8 %	0,7 %
Ватикан	832	480	57,7 %	0,0 %
Великобританія	62 698 362	52 731 209	84,1 %	10,5 %
Гернси й Олдерні	65 068	48 300	74,2 %	0,0 %
Гібралтар	28 956	20 200	69,8 %	0,0 %
Греція	10 760 136	5 043 550	46,9 %	1,0 %
Данія	5 529 888	4 923 824	89,0 %	1,0 %
Джерсі	94 161	45 800	48,6 %	0,0 %
Естонія	1 282 963	993 785	77,5 %	0,2 %
Ісландія	311 058	304 129	97,8 %	0,1 %
Іспанія	46 754 784	30 654 678	65,6 %	6,1 %
Ірландія	4 670 976	3 122 358	66,8 %	0,6 %
Італія	61 016 804	35 800 000	58,7 %	7,1 %
Кіпр	1 120 489	584 863	52,2 %	0,1 %
Косово	1 825 632	377 000	20,7 %	0,1 %
Латвія	2 204 708	1 540 859	69,9 %	0,3 %
Литва	3 535 547	2 103 471	59,5 %	0,4 %
Ліхтенштейн	35 236	28 826	81,8 %	0,0 %
Люксембург	503 302	459 833	91,4 %	0,1 %
Македонії	2 077 328	1 069 432	51,5 %	0,2 %
Мальта	408 333	262 404	64,3 %	0,1 %
Молдова	4 314 377	1 429 154	33,1 %	0,3 %
Монако	30 539	23 000	75,3 %	0,0 %
Нідерланди	16 847 007	15 071 191	89,5 %	3,0 %
Німеччина	81 471 834	67 364 898	82,7 %	13,5 %
Норвегія	4 691 849	4 560 572	97,2 %	0,9 %
Острів Мен	84 655	35 600	42,1 %	0,0 %
Польща	38 441 588	23 852 486	62,0 %	4,8 %
Португалія	10 760 305	5 455 217	50,7 %	1,1 %
Румунія	21 904 551	8 578 484	39,2 %	1,7 %
Росія	138 739 892	61 472 011	44,3 %	12,3 %
Сан-Маріно	31 817	17 000	53,4 %	0,0 %
Сербії	7 310 555	4 107 000	56,2 %	0,8 %
Словаччина	5 477 038	4 337 868	79,2 %	0,9 %
Словенія	2 000 092	1 420 776	71,0 %	0,3 %
Туреччина	78 785 548	35 000 000	44,4 %	7,3 %

Угорщина	9 976 062	6 516 627	65,3 %	1,3 %
<b>Україна</b>	<b>45 134 707</b>	<b>15 300 000</b>	<b>33,9 %</b>	<b>3,1 %</b>
Фарерські острови	49 267	37 500	76,1 %	0,0 %
Фінляндія	5 259 250	4 661 265	88,6 %	0,9 %
Франція	65 102 719	50 290 226	77,2 %	10,0 %
Хорватія	4 483 804	2 656 089	59,2 %	0,5 %
Чеська республіка	10 190 213	7 220 732	70,9 %	1,4 %
Чорногорія	661 807	328 375	49,6 %	0,1 %
Швейцарія	7 639 961	6 430 363	84,2 %	1,3 %
Швеція	9 088 728	8 441 718	92,9 %	1,7 %
Шпіцберген і Ян-Маєн	2 019	n/a	n/a	n/a
Разом по Європі	816 426 346	500 723 686	61,3 %	100,0 %

Джерело: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>

Будь-який із цих недоліків може обмежувати поширення електронних каналів реалізації страхових послуг.

Однак, як свідчить практика сьогодні, популярність формування систем збуту через електронні канали стрімко зростає.

Національний ринок страхових інтернет-послуг перебуває на початковому етапі розвитку. Для його успішного функціонування необхідна наявність двох складових: технічного озброєння учасників ринку та формування законодавчої основи їх взаємовідносин.

Найрозвинутішим законодавством, що регулює ринок інтернет-страхування, володіють країни Європейського Союзу. Ключовими документами є: Директива 97/7/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про захист прав споживачів в дистанційних контрактах» від 20 травня 1997 року [1]; Директива 1999/93/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про систему електронних підписів, що застосовується в межах Співтовариства» від 13 грудня 1999 року [1]; Директива 2000/31/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку» («Директива про електронну комерцію») від 8 червня 2000 року [1]; Директива 2000/46/ЄС Європейського Парламенту та Ради «Про започаткування та здійснення діяльності установами-емітентами електронних грошей та пруденційний нагляд за ними» [1]; Директива №2002/58 Європейського Парламенту та Ради від 12 липня 2002 р. «Про обробку персональних даних та захист прав на недоторканість особистого життя в сфері електронних комунікацій» [1]; Директива 2002/19/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 7 березня 2002р. «Про доступ та з'єднання електронних комунікаційних мереж та пов'язаного оснащення (Директива про доступ)» [1]; Директива 2002/20/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 7 березня 2002р. «Про дозвіл електронних комунікаційних мереж та послуг (Директива про дозвіл)» [1]; Директива 2002/21/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 7 березня 2002р. «Про спільні правові рамки для електронних комунікаційних мереж та послуг (Рамкова Директива)» [1].

Досліджуючи сутність та проблеми формування електронних каналів реалізації страхових послуг у подальшому потрібно: здійснити науковий аналіз теоретичних і практичних підходів до дослідження сфери страхових інтернет-послуг; виявити специфіку основних етапів та розкрити основні закономірності генези страхових інтернет-послуг; провести дослідження сучасного стану, сутності, структури,

функціонального змісту видів і форм реалізації страхових інтернет-послуг, визначивши їх місце в мережевій економіці; провести науковий аналіз сервісного менеджменту та маркетингу страхових послуг в *Interneti*; дати обґрунтування сучасних теоретико-методологічних концептуальних установок і методичних підходів до визначення ефективності страхових інтернет-послуг; розробити методику оцінки ефективності та виробити конкретні рекомендації щодо підвищення ефективності у сфері надання страхових інтернет-послуг.

1. <http://zakon1.rada.gov.ua/>

## **PROBLEM AREAS OF INSURANCE INTERNET SERVICES IN THE ECONOMY OF UKRAINE**

**V. Plysa**

*Ivan Franko National University of Lviv, Prospect Svobody 18, UA-79008, Ukraine*

The essence of the problem and the development of online insurance services in the economy of Ukraine. It is shown the feasibility of using the current practice of electronic distribution channels of insurance products.

Keywords: insurance, the channel of realization of insurance, broker, insurer, insured.

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ СТРАХОВЫХ ИНТЕРНЕТ-УСЛУГ В ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ**

**В. Плыса**

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко  
79008 г. Львов, проспект Свободы, 18*

Рассмотрены сущность и проблемы развития сферы страховых интернет-услуг в экономике Украины. Выяснено целесообразность использования в текущей практике электронных каналов реализации страховых услуг.

Ключевые слова: страховая услуга, канал реализации страховых услуг, посредник, страховщик, страхователь.