

УДК 368(004)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2025-11-2>**Бровко С. В.**здобувач ступеня «доктор філософії»,  
Сумський національний аграрний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-8971-7837>**Sergey Brovko**

Sumy National Agrarian University

## МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

### METHODICAL APPROACHES TO THE STUDY OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE INSURANCE SERVICES MARKET

**Анотація.** Статтю присвячено дослідженню особливостей впливу активного впровадження можливостей цифрових технологій в сучасний ринок страхових послуг. Висвітлено застосування інноваційних можливостей, штучного інтелекту та цифрових технологій в страховій галузі країни. Виявлено та проаналізовано чинники, які сприяють застосуванню інновацій у страховій діяльності компаній. Розглянуто погляди вчених, щодо важливості та необхідності впровадження інноваційних технологій та інноваційних продуктів в діяльність компаній. Та наголошують що дане впровадження відкриває безліч можливостей та підвищує ефективність страхової діяльності. Схарактеризовано основні види інновацій в сучасній страховій сфері, а саме: «Технологічні інновації»; «Продуктові інновації»; «Процесні інновації»; «Маркетингові інновації». Окреслено їх основні можливості та перспективи впровадження в діяльність страхової компанії. Визначено сучасні тенденції та перспективи інноваційного розвитку страхової діяльності. Охарактеризовано новітні технології, що вже впроваджуються розвиненими та конкурентними страховими компаніями у своїй діяльності, а саме: штучний інтелект, андеррайтинг, чат-боти, автоматизація виплат, блокчейн-смайтконтракти, омніканальна стратегія продажів. Визначено основні інструменти оцінки ефективності використання інноваційних технологій у страховому ринку для визначення прибутковості, ефективності, такі як: ROI (Return on Investment) – повернення на інвестиції; IRR (Internal Rate of Return) – внутрішня норма прибутковості; NPV (Net Present Value) – чиста приведена вартість; Payback Period – період окупності; Combined Ratio – комбінований коефіцієнт. Наведено основні формули для визначення прибутковості, чиста приведена вартість та період окупності. Розкрито недоліки та можливості всіх перелічених методів. Окреслено доцільність впровадження інноваційних технологій страхової сфери. Визначено, що впровадження будь-якого нового продукту в передбачає проведення великої кількості дослідження про прахунки. Проаналізовано переваги та перспективи використання інноваційних та цифрових продуктів в страховій галузі.

**Ключові слова:** страховий ринок, інноваційні технології, автоматизація, андеррайтинг, технологічні інновації.

**Abstract.** The article is devoted to the study of the impact of the active introduction of innovative technologies in the insurance market of Ukraine. The use of digital and innovative technologies in the insurance industry is highlighted. Factors contributing to the application of innovations in insurance activity were identified and analyzed. The views of scientists regarding the importance and necessity of introducing innovative technologies and innovative products into the activities of companies are considered. But they emphasize that this implementation opens up many opportunities and increases the efficiency of insurance activity. The main types of innovations in the modern insurance sector are characterized, namely: "Technological innovations"; "Product innovations"; "Process innovations"; "Marketing innovations". Their possibilities and prospects are outlined. The process of automating the activities of insurance companies allows to increase the competitiveness of the company and the effective development of new business models, to improve the quality of customer service and compensation for losses, as well as to raise the level of sales efficiency and the introduction of advanced methods of reward and motivation. It is worth noting that the effective implementation of the above innovations requires a complex analysis based on methodological approaches, among which it is worth highlighting analytical, systemic, process, educational programs and trainings, practical testing, functional and integrated approaches. The article discusses the main tools for evaluating the effectiveness of the use of innovative technologies in the insurance market. ROI (from the English return on investment), also known as ROR (from the English rate of return – profitability) is a financial ratio that illustrates the level of profitability or loss of a business. IRR (Internal Rate of Return) – Internal rate of return. NPV (Net Present Value) – Net present value. Payback Period – Payback period. Combined Ratio – Combined ratio. The implementation of modern innovations in insurance activity, in addition to prospects and opportunities, also has problems, among which: the high cost of introducing innovations, each product involves significant financing and risks; insufficient qualification of the staff, before the introduction of new tools, it is necessary to ensure the training of specialists as a matter of priority. Innovative technologies are significantly changing the market of insurance services, ensuring its flexibility, personalization and efficiency. Methodological approaches to their study should be multi-level, include financial and economic, organizational and strategic aspects. The implementation of innovations requires a clear assessment of performance, which is ensured by means of key financial indicators and models.

**Keywords:** insurance market, innovative technologies, automation, underwriting, technological innovations.

**Постановка проблеми.** У сучасному світі інноваційні технології є головним чинником трансформації практично всіх сфер економіки, зокрема ринку страхових послуг. Активне впровадження цифрових інструментів, Big Data, штучного інтелекту, блокчейну та інших новітніх технологій змінює підходи до надання страхових продуктів, удосконалює механізми оцінки ризиків і формує нові моделі взаємодії між страховиком і споживачем. У зв'язку з цим зростає актуальність формування методичних підходів до вивчення та впровадження інновацій на ринку страхування, визначення ефективності і прибутковості ринку страхових послуг за допомогою інноваційних технологій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання інноваційних технологій на ринку страхових послуг зараз є досить актуальним та висвітленим багатьма вченими, зокрема: ефективність управління інноваційної діяльності досліджували такі зарубіжні вчені С. Вілрайт, М. Меєр, Д. Дерлоу, та ін. Серед вітчизняних вчених, які з позицій інноваційних технологій страховий ринок досліджували: Бублик А. А. [1], Богриновцева Л. М. [2], Демченко В.М. [3], Другова В. [4], Калашник С. А. [6], Поліщук С, Шірінян Л. В. [11] та інші.

Марина А. та Пеценко М. у своїх дослідженнях розглядають використання інноваційних та цифрових технологій, як нові можливості страхового ринку, що мають безмежні перспективи. Мобільні технології, соціальні мережі, хмарні сервіси, інтегровані пристрої, великі дані та різні аналітичні інструменти впливають на потенціал людського капіталу. Компанії що використовують цифрові інновації для кардинального перегляду функціонування та своїх конкурентних переваг, отримують зростання продуктивності праці, користі для клієнта та збільшення прибутку [8, с. 46].

В. Другова в своїх дослідженнях розглядає такі інновації в страхуванні, як штучний інтелект (ШІ), який не тільки підвищує ефективність страхової діяльності, але й забезпечує більш точний андеррайтинг, що приносить користь як страховикам, так і власникам полісів.

На думку вченої ШІ позитивно впливає на всі напрями страхової діяльності, а саме створення вартості. Вплив штучного інтелекту на створення вартості може призвести до більш точної оцінки ризиків і моделей ціноутворення. Використовуючи штучний інтелект, страховики можуть аналізувати величезні масиви даних для виявлення моделей ризику, зменшуючи невизначеність і покращуючи процес прийняття рішень.

Застосовуючи ШІ та інші інноваційні технології у компанії можна покращити не лише обслуговування клієнтів та оптимізувати операції, а й надавати миттєві персоналізовані відповіді. Це не тільки відповідає поточним очікуванням споживачів, але й стимулює інновації, позиціонує страховиків на передньому краї залучення клієнтів і надання послуг у галузі [4].

Проте, незважаючи на численні дослідження інноваційних можливостей функціонування страхового ринку, методичні підходи визначення ефективності і прибутковості ринку страхових послуг за допомогою інноваційних технологій ще недостатньо досліджені та висвітлені і потребують постійного вивчення та оновлення.

**Метою статті** є дослідження ключових процесів трансформації та оновлення, що відбуваються в економіці взагалі та на ринку страхування зокрема під впливом інноваційних технологій. Визначення основних можливостей розрахунку ефективності і прибутковості страхових послуг.

**Виклад основного матеріалу.** Як показує досвід, впровадження інноваційних технологій та автоматизацій в діяльність страхових компаній процес який потребує значних інвестицій та ресурсів, але який дозволяє підвищити конкурентоспроможність компаній, покращити якість обслуговування клієнтів та відшкодування збитків, а також підняти рівень ефективності продажів та запровадження просунутих методів винагороди та мотивації.

Важливим елементом сучасних ІТ-рішень для автоматизації процесів страхової компанії є впровадження механізмів обслуговування, розробка нових бізнес-моделей, здійснення прямих продаж через різні канали розподілу, а також забезпечення клієнтам прямого доступу до даних полісів та збитків [15]. Всі ці можливості реалізуються завдяки ефективному впровадженню інновацій в страховий ринок. Пропонуємо більш детально ознайомитись з видами інновацій в сучасній страховій сфері.

Інновація та автоматизація страхування передбачає використання різноманітних інструментів для покращення всіх галузевих операцій: маркетингу, продажів, документообігу та спілкування зі страховальниками. Найпоширенішим є використання RPA, штучного інтелекту та його окремих випадків – машинне навчання в страхуванні.

На сьогоднішній день інновації в страховій сфері можна класифікувати за кількома критеріями:

- Технологічні інновації – використання AI для андеррайтингу, чат-боти, які передбачають можливість замовлення страхового полісу через Інтернет, розрахунок страхових внесків на сайті компанії

Андеррайтинг (**у страхуванні**) – комплексна діяльність страховика з ідентифікації, аналізу, оцінки ризиків та визначення можливості страхування, вибору оптимального страхового покриття, перевірки відповідності ризиків збалансованості страхового портфеля. Здійснюється андеррайтинг за допомогою різних методів на підставі великої кількості даних про ризик. Вітчизняні страховики самостійно збирають інформацію про всі попередні схожі ситуації, з'ясовують причини ризику, які зіставляють із відомостями, що є у конкретному випадку [17].

- Продуктові інновації – мікрострахування та реєто-реєт моделі.

Peer-to-peer (P2P) страхування – це одна з найінноваційніших моделей, яка пропонує альтернативу класичному страхуванню за рахунок децентралізації ризику. У ній клієнти об'єднуються у невеликі групи (реєт-групи), які формують спільний страховий пул. У разі страхового випадку компенсації виплачуються саме з цього пулу [16].

Принцип P2P-страхування (взаємного страхування) означає, що споживачі страхових послуг замість того, щоб віддавати гроші за страховку страховику, об'єднуються в одну групу (community) та формують свій власний фонд взаємодопомоги, з якого здійснюються виплати постраждалим від несприятливих подій.

Основна цінність P2P та її перевага перед B2C – усунення зайвих ланок і посередників, оптимізація процедур та комунікацій та, як наслідок, економія на транзакційних витратах. Тарифи в страхових peer-to-peer компаніях можна порівняти із середніми на ринку, але, на відміну від класичних страхових компаній, клієнти можуть отримати частину внеску назад. Завдяки цьому на страховці можна суттєво заощадити [16].

- Процесні інновації (автоматизація виплат, блокчейн-смартконтракти).

- Маркетингові інновації (персоналізовані продукти, омніканальна стратегія продажів).

Омніканальна модель продажів – інтегрована стратегія, яка забезпечує безперервний і узгоджений досвід клієнта на всіх каналах взаємодії з брендом. Вона ґрунтується на ідеї єдиної бази даних клієнтів, доступної для всіх відділів компанії, що дозволяє персоналізувати взаємодію та створювати індивідуальні пропозиції. Для створення ефективних комунікацій з клієнтом бізнесу необхідно шукати найбільш зручні та доступні способи. Омніканальний маркетинг допомагає у цьому, оскільки з його допомогою можна легко задовольнити потребу користувача у виборі товарів, отриманні консультації з питань оплати та використання продукту [18].

Варто зазначити, що ефективне впровадження вищеперелічених інновацій вимагає комплексного аналізу як методологічної складової так і ресурсної, що спирається на підходах, серед яких варто виокремити: аналітичний, системний, процесний, освітні програми та тренінги, практичне тестування функціональний та інтегрований підходи. Більш детально розглянемо кожен підхід.

Аналітичний підхід – аналіз стану страхового ринку, конкурентів та перспективи. Даний підхід має на меті дослідження ефективності та результативності роботи страхової компанії, вивчення перспектив розвитку та впровадження певних продуктів.

Системний підхід – передбачає розгляд страхового бізнесу як цілісної системи, в якій зміни в одній підсистемі (наприклад, автоматизація розрахунку премій) впливають на інші (наприклад, роботу з клієнтами чи оцінку ризиків).

Процесний підхід – аналіз ефективності надання страхових послуг та виявлення етапів, які можуть бути вдосконалені за допомогою технологій. Вивчення питання впровадження інноваційних продуктів в діяльність компанії.

Освітні програми та тренінги – передбачають організацію навчання та стажування фахівців до роботи з новими технологіями через курси, семінари та симуляційні моделі, що значно підвищує рівень цифрової грамотності та сприяє ефективному інтегруванню інновацій.

Практичне тестування – впровадження інноваційних рішень через пілотні проекти та тестування в реальних умовах дозволяє оцінити їхню ефективність, виявити слабкі місця та оптимізувати процеси.

Інтегрований підхід – поєднання кількох методів для створення повної картини впровадження інновацій: SWOT-аналіз, PEST-аналіз, методи сценарного прогнозування, математичне моделювання [2, с. 4].

Ці методичні підходи допоможуть оцінити та ефективно інтегрувати інноваційні технології у страхову

сферу, підвищуючи рівень обслуговування клієнтів, автоматизуючи процеси та мінімізуючи ризики збитковості компанії. Але разом з тим ключовим моментом є оцінка ефективності впровадження інноваційних продуктів в діяльність компанії та оцінка прибутковості ринку страхових послуг. Тож пропонуємо розглянути основні інструменти оцінки ефективності використання інноваційних технологій у страховому ринку.

Для визначення прибутковості, ефективності та доцільності впровадження інноваційних технологій використовується фінансово-економічний показник ROI (Return on Investment) – Повернення на інвестиції.

**ROI** (від англ. *return on investment*), також відомий як **ROR** (від англ. *rate of return* – рентабельність) – фінансовий коефіцієнт, який ілюструє рівень прибутковості або збитковості бізнесу, враховуючи суму зроблених у цей бізнес інвестицій. ROI зазвичай виражається у відсотках, рідше – у вигляді дробу. Цей показник може також мати такі назви: прибуток на інвестований капітал, прибуток на інвестиції, повернення інвестицій, прибутковість інвестованого капіталу, норма прибутковості.

ROI (Return on Investment) або рентабельність інвестицій – це показник, який допомагає страховим компаніям оцінити ефективність вкладень у нові технології, бізнес-процеси та інноваційні продукти. Він визначає, наскільки прибутковими є витрати порівняно з отриманими доходами [19].

Для визначення ROI використовують формулу:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Інвестиційні витрати}} \times 100\%$$

Де:

- Чистий прибуток – це фінансовий результат після впровадження інновацій (наприклад, зниження витрат, збільшення доходів, оптимізація процесів).

- Інвестиційні витрати – кошти, витрачені на розробку та впровадження нових технологій або продуктів.

Функція ROI в страхуванні частіше за все полягає в оцінці, наскільки економічно вигідно впровадження штучного інтелекту для обробки заявок, який може знизити витрати на персонал та прискорити обслуговування клієнтів. Та наскільки вигідно вкладати в розробку цифрових страхових послуг впровадження онлайн-страхування.

Значення показників ROI

- **ROI > 100%** – свідчить, що інвестиції принесли значний прибуток.

- **ROI = 100%** – вкладені кошти повністю окупилися, але не принесли додаткового доходу.

- **ROI < 100%** – інвестиції не дали очікуваного ефекту.

Завдяки визначенням ROI страхові компанії можуть заздалегідь визначати перспективність впровадження інноваційних проектів в свою діяльність, тим самим оптимізувати витрати та підвищити конкурентоспроможність [20].

**IRR** (Internal Rate of Return) – Внутрішня норма прибутковості.

Визначається як ставка дисконту, при якій чиста приведена вартість (NPV) дорівнює нулю. Якщо IRR > вартості капіталу – інновація вважається ефективною.



Внутрішня норма прибутку (IRR) – це показник, який використовується у фінансовому аналізі для оцінки прибутковості потенційних інвестицій. IRR – це ставка дисконтування, яка робить чисту приведену вартість (NPV) усіх грошових потоків рівною нулю в аналізі дисконтованих грошових потоків

Формально, внутрішня норма прибутку визначається як процентна ставка, за якої чиста поточна вартість (сума здисконтованих вартостей всіх доходів та витрат, пов'язаних з інвестицією) дорівнює нулю:

$$\sum_{t=0}^n \frac{S_t}{(1+RR)^t} = 0,$$

де  $S_t$  – чистий грошовий потік у період (найчастіше рік)  $t$ , тобто сума всіх доходів мінус сума всіх витрат за цей період,  $n$  – номер останнього досліджуваного періоду (горизонт інвестиції).

Метод оцінювання інвестицій, який базується на внутрішній нормі прибутку, полягає у порівнянні IRR з мінімально прийнятною рентабельністю (нп. граничною вартістю капіталу). Якщо IRR є меншою за мінімальну прийнятну рентабельність, то інвестиція повинна бути відкинута.

Обчислення внутрішньої норми прибутку зводиться до пошуку дійсного кореня многочлена. При  $n > 3$  загального методу обчислення не існує і IRR обчислюється за допомогою наближених методів. Внутрішня норма прибутку завжди однозначно визначена для інвестицій, у яких всі витрати передують всім доходам. В загальному випадку внутрішня норма прибутку може не існувати або бути неоднозначною [22].

NPV (Net Present Value) – Чиста приведена вартість.

У фінансах, чиста поточна/приведена вартість (англ. *net present value*, NPV) визначається як сума приведених вартостей (PV) вхідних і вихідних платежів (витрат та доходів) пов'язаних з інвестицією чи проектом протягом усього часу тривання. Зміна вартості грошей у часі означає, що чиста поточна вартість залежить не тільки від величини витрат та доходів, але й від часу, в який ці платежі відбуваються, та процентної ставки за допомогою якої платежі дисконтуються. Часто цим терміном також описують відповідний метод оцінки інвестицій, який, згідно з міжнародними стандартами бізнес-планування, є одним із основних показників економічної ефективності інвестиційних проектів.

Чиста поточна вартість обчислюється за формулою:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I$$

де:

- $CF_t$  – грошовий потік у період  $t$ ,
- $r$  – ставка дисконту,
- $I$  – інвестиції.

Інтерпретація величини чистої поточної вартості залежить від цілей інвестиційного аналізу та обраної ставки дисконтування. Наприклад, якщо дисконтування відбувається при використанні норми прибутку для інвестицій з подібним ступенем ризику, то

- $NPV > 0$  означає, що досліджувана інвестиція обіцяє прибутки вище середніх,
- при  $NPV < 0$  ці прибутки будуть нижчими за середні.
- при  $NPV=0$  досліджувана інвестиція не відрізняється від пересічної.

Якщо ж дисконтування відбувається при використанні середньозваженої (чи граничної) вартості капіталу, то показує приведену вартість очікуваного прибутку (або збитків, якщо від'ємне) від цієї інвестиції [14].

Payback Period – Період окупності

Період окупності проекту – це час, який потрібен для того, щоб сума надходжень від реалізації проекту відшкодувала суму витрат на його впровадження. Період окупності звичайно вимірюється в роках або місяцях.

Формула:

$$PP = \frac{\{\{\text{Первісні інвестиції}\}\}\{\{\text{Середній щорічний прибуток}\}\}}$$

$$PBP = \frac{\text{Початкові інвестиції}}{\text{Планові щорічні надходження (прибуток)}}$$

Цей показник допомагає зрозуміти, коли інвестиції в інновації почнуть приносити прибуток.

Недоліки даного методу полягають в тому, що, по-перше, вибір нормативного строку окупності може бути суб'єктивний. По-друге, метод не враховує прибутковості проекту за межами строку окупності і, виходить, не може застосовуватися при порівнянні варіантів з однаковими періодами окупності, але різними термінами життя. Крім того, він не годиться для оцінки проектів, пов'язаних з принципово новими продуктами. Точність розрахунків за таким методом в більшій мірі залежить від частоти розбивки терміну життя проекту на інтервали планування. Ризик також оцінюється дуже грубо [21].

Combined Ratio – Комбінований коефіцієнт

Формула:

$$CR = \frac{\{\{\text{Витрати} + \text{Виплати}\}\}\{\{\text{Премії}\}\}} \times 100\%$$

Ключовий показник у страхуванні, який ілюструє прибутковості операційної діяльності страховика.

Комбінований коефіцієнт збитковості – визначає ефективність роботи страхової компанії та характеризує достатність страхових платежів за договорами страхування для здійснення страхових виплат та ведення страхової справи.

Варто зазначити, що впровадження сучасних інновацій в страхову діяльність крім перспектив та можливостей мають і проблеми, серед яких: висока вартість впровадження інновацій, кожен продукт передбачає значне фінансування та ризики; недостатня кваліфікація персоналу, перед впровадженням нових інструментів першочергово необхідно забезпечувати навчання фахівців.

**Висновки.** Отже, ефективне впровадження інновацій в сферу страхування є перспективним та необхідним в сучасному світі. Клієнти віддають перевагу тим страховим компаніям, які обробляють запити та вирішують проблеми якомога швидше та зручніше, в більшості випадків віддалено / онлайн.

Інноваційні технології суттєво змінюють ринок страхових послуг, забезпечуючи його гнучкість, персоналізацію та ефективність. Методичні підходи до їх вивчення мають бути багаторівневими, включати фінансово-економічний, організаційний і стратегічний аспекти. Впровадження інновацій потребує чіткої оцінки ефективності, що забезпечується за допомогою ключових фінансових показників і моделей. Перспективи розви-

тку ринку страхування в Україні тісно пов'язані з активним впровадженням інновацій та цифрових технологій. Але варто розуміти, що впровадження кожного нового інноваційного продукту передбачає проведення аналізу, підрахунків, навчання та вивчення.

Також варто зазначити, що ефективно функціонуюча сфера страхових послуг, це в першу чергу показник фінансової та економічної стабільності країни, розвиток міжнародних відносин, гарантія високого рівня якості життя та добробуту населення.

#### Бібліографічний список:

1. 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.
2. Богрінювцева 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: 10.05.2025).
3. Демченко В.М. Методичні підходи до оцінки ефективності діяльності страхових компаній у сфері накопичувального страхування. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. *Проблеми інтеграції України у світовий фінансовий простір*. 2014. Вип. 1 (105). С. 131–135.
4. Другова В. Інноваційні підходи до страхового менеджменту в умовах цифрової трансформації. *Економіка та суспільство*. 2024. № 66). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-123>
5. Житар М. Тенденції розвитку страхового ринку України в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2024. № 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-24>
6. Калашник С. А., Шірінян Л. В. Інформаційні технології в страхуванні. *Ефективна економіка*. 2024. № 10. URL: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/4835/4877> (дата звернення: 05.05.2025).
7. Комісарова А. С. Ринок InsurTech як інноваційний драйвер у сфері страхування. *Молодий учений*. 2020. № 23 (313). С. 396–397.
8. Марина А., Пеценко М. Страховий ринок України за умов війни. *Цифра економіки та економічна безпека*. 2023. № 5 (05). С. 44–51.
9. Останні тренди в Insurtech: вбудоване страхування, орієнтація на малий та середній бізнес та фокус на інновації. 2024. URL: <https://ua.news.ru/money/poslednye-trendy-v-insurtech-vstroennoe-strahovanyeoryentatsyya-na-malyj-y-srednyj-biznes-y-fokus-na-ynnovatsyyu>
10. Татаріна Т. В. Страхові посередники в Україні: функціональні особливості, проблеми та перспективи розвитку. *Бізнес-Інформ*. 2020. № 7. С. 236–242.
11. Шірінян А., Татаріна Т. Економічна характеристика страхового ринку України на сучасному етапі розвитку. *Економіка та суспільство*. 2024. № 68. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-33>
12. Шірінян А. А., Шірінян Л. В. Показники ефективності страхового ринку України з позицій власників страхових компаній. *Ефективна економіка*. 2019. № 10. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.10.172> (дата звернення: 11.05.2025).
13. Як застосовується ROI в страхуванні. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2019/12/17/40085565> (дата звернення: 07.05.2025)
14. Рентабельність інвестицій. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Рентабельність\\_інвестицій](https://uk.wikipedia.org/wiki/Рентабельність_інвестицій) (дата звернення: 09.05.2025).
15. Автоматизація страхування. URL: <https://forinsurer.com/theme/2> (дата звернення: 11.05.2025).
16. P2P-страхування. URL: <https://forinsurer.com/news/21/07/20/40058> (дата звернення: 02.05.2025).
17. Андеррайтинг. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Андеррайтинг> (дата звернення: 04.05.2025).
18. Омніканальний маркетинг: що це таке. URL: <https://www.adindex.ua/uk/omnikanalnij-marketing-shho-ce-take/> (дата звернення: 11.05.2025).
19. Як застосовується ROI в страхуванні. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2019/12/17/40085565/> (дата звернення: 07.05.2025).
20. Період окупності проекту. URL: <https://studentbooks.com.ua/content/view/1308/42/1/3/> (дата звернення: 05.05.2025).
21. Внутрішня норма прибутку. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Внутрішня\\_норма\\_прибутку](https://uk.wikipedia.org/wiki/Внутрішня_норма_прибутку) (дата звернення: 05.05.2025).

#### References:

1. Bublik A. A. (2021) Innovatsiini tekhnolohii u strakhuvanni [Innovative technologies in insurance]. *Proryvni innovatsii na strakhovomu rynku Ukrainy* : zbirnyk materialiv V Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi internetkonferentsii (m. Kyiv, 27 October 2021 r.) Kyiv: KNEU, pp. 61–64. (in Ukrainian)
2. Bohrinovtseva L. M., Kliuchka O. V., Zaichko I. V. (2024) Rozvytok ta vprovadzhenia innovatsiinykh pidkhodiv do finansovoho upravlinnia strakhovymy kompaniiamy v umovakh voiennoho stanu [Development and implementation of innovative approaches to financial management of insurance companies under martial law]. *Ekonomika ta suspilstvo*. no. 60. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-57> (in Ukrainian)
3. Demchenko V. M. (2014) Metodychni pidkhody do otsinky efektyvnosti diialnosti strakhovykh kompanii u sferi nakopychuvannoho strakhuvannia. [Methodical approaches to assessing the effectiveness of insurance companies in the field of cumulative insurance]. *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy. Problemy intehtatsii Ukrainy u svitovy finansovyi prostir*. Vyp. 1 (105). S. 131–135.
4. Druhova V. (2024) Innovatsiini pidkhody do strakhovoho menedzhmentu v umovakh tsyfrovoy transformatsii. [Innovative approaches to insurance management in the conditions of digital transformation]. *Ekonomika ta suspilstvo* no. 66. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-123>
5. Zhitar M. (2024) Trends in the development of the insurance market of Ukraine in the conditions of martial law [Tendentsii rozvytku strakhovoho rynku Ukrainy v umovakh voiennoho stanu]. *Economy and society*, no. 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-24> (in Ukrainian)
6. Kalashnyk S. A., Shirinian L. V. (2024) Informatsiini tekhnolohii v strakhuvanni [Information technology in insurance]. *Efektivna ekonomika*, no. 10. Available at: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/4835/4877> (accessed 5 May 2025).
7. Komisarova A. S. (2020). Rynok InsurTech yak innovatsiinyi draiver u sferi strakhuvannia [The InsurTech market as an innovative driver in the insurance sphere]. *Young scientist*, no. 23 (313), p. 396–397. (in Ukrainian)
8. Maryna A., Petsenko M. (2023). Strakhovy rynek Ukrainy za umov viiny [The insurance market of Ukraine under conditions of war]. *Digital economy and economic security*. Kyiv, no 5 (05), pp. 44–51. (in Ukrainian)

9. Ostanni trendy v Insurtech: vbudovane strakhuvannia, oriantatsiia na malyi ta serednii biznes ta fokus na innovatsii [The latest trends in Insurtech: integrated insurance, focus on small and medium-sized businesses and focus on innovation]. Available at: <https://ua.news/ru/money/poslednye-trendy-v-insurtech-vstroennoe-strahovanyeoryentatsyya-na-malyj-y-srednyj-byznes-y-fokus-na-innovatsyy> (accessed 5 May 2025).
10. Tatarina T. V. (2020) Strakhovi poserednyky v Ukraini: funktsionalni osoblyvosti, problemy ta perspektyvy rozvytku [Insurance intermediaries in Ukraine: functional features, problems and development prospects]. *Biznes-Inform*, no. 7, pp. 236–242. (in Ukrainian)
11. Shirinian, A., & Tatarina, T. (2024). Ekonomichna kharakterystyka strakhovoho rynku Ukrainy na suchasnomu etapi rozvytku [Economic characteristics of the insurance market of Ukraine at the current stage of development]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (68). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-33>
12. Shirinian A. A., Shirinian L. V. (2019) Pokaznyky efektyvnosti strakhovoho rynku Ukrainy z pozytsii vlasnykiv strakhovykh kompanii. [Performance indicators of the insurance market of Ukraine from the perspective of insurance company owners]. *Efektivna ekonomika*, no. 10. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.10.172 (accessed 11 May 2025).
13. Iak zastosovuietsia ROI v strakhuvanni [How ROI is applied in insurance]. Available at: <https://minfin.com.ua/ua/2019/12/17/40085565> (accessed 07 May 2025).
14. Rentabelnist investytsii [Return on investment]. Available at: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Rentabelnist\\_investytsii](https://uk.wikipedia.org/wiki/Rentabelnist_investytsii) (accessed 09 May 2025)
15. Avtomatyzatsiia strakhuvannia [Automation of insurance]. Available at: <https://forinsurer.com/theme/2> (accessed 11 May 2025).
16. P2P-strakhovan [P2P insurance]. Available at: <https://forinsurer.com/news/21/07/20/40058> (accessed 02 May 2025).
17. Anderaitynh [Underwriting]. Available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Anderaitynh> (accessed 04 May 2025).
18. Omnikanalni marketynh: shcho tse take. [Omnichannel Marketing: What is it?]. Available at: <https://www.adindex.ua/uk/omnikanalni-marketynh-shcho-tse-take/> (accessed 11 May 2025).
19. Iak zastosovuietsia ROI v strakhuvanni [How ROI is applied in insurance]. Available at: <https://minfin.com.ua/ua/2019/12/17/40085565/> (accessed 07 May 2025).
20. Period okupnosti proektu [Payback period of the project]. Available at: <https://studentbooks.com.ua/content/view/1308/42/1/3/> (accessed 05 May 2025).
21. Vnutrishnia norma prybutku [Internal rate of return]. Available at: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Vnutrishnia\\_norma\\_prybutku](https://uk.wikipedia.org/wiki/Vnutrishnia_norma_prybutku) (accessed 05 May 2025).

*Стаття надійшла до редакції 27.05.2025*