

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2021-72-15>  
УДК 336

**Приказюк Н.В.**

доктор економічних наук, професор,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

**Моташко Т.П.**

кандидат економічних наук, доцент,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

**Кондратенко Ю.С.**

студентка,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

**Prkaziuk Nataliia, Motashko Tetiana, Kondratenko Yuliia**

Taras Shevchenko National University of Kyiv

## РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-СТРАХУВАННЯ У НОВИХ УМОВАХ

### DEVELOPMENT OF INTERNET INSURANCE UNDER THE NEW CONDITIONS

*У статті розглянуто сутність поняття «інтернет-страхування». Встановлено, що офіційно інтернет-страхування в Україні не визначено, більше того, у законодавстві існують суперечності щодо цього питання. Проаналізовано топ-10 страхових компаній України за валовими страховими преміями щодо здійснення ними інтернет-страхування. Виявлено, що у різній мірі всі вони використовують цей канал дистрибуції за системами on-line та off-line, а також залучають супутні послуги, які базуються на інтернет-технологіях. Розглянуто кейс розвитку інтернет-страхування Китаю та вплив розширення використання цього каналу на всю галузь. Визначено, що з огляду на необхідність обмеження соціальних контактів, зумовлену пандемією Covid-19, та на активний розвиток інформаційних технологій інтернет-страхування набудатиме все більшої популярності. Обґрунтовано шляхи подальшого розвитку інтернет-страхування в Україні з урахуванням його наявних інгібіторів та каталізаторів.*

**Ключові слова:** інтернет-страхування, канали дистрибуції страхових послуг, страхова компанія, продуктова наповненість, інформаційні технології, Covid-19.

*В статье рассмотрена сущность понятия «интернет-страхование». Установлено, что официально интернет-страхование в Украине не определено, более того, в законодательстве существуют противоречия по этому вопросу. Проанализированы топ-10 страховых компаний Украины по валовым страховым премиям на предмет осуществления ими интернет-страхования. Выявлено, что в разной степени все они используют данный канал дистрибуции по системам on-line и off-line, а также привлекают сопутствующие услуги, основанные на интернет-технологиях. Рассмотрен кейс развития интернет-страхования Китая и влияние расширения использования данного канала на всю отрасль. Определено, что с учетом необходимости ограничения социальных контактов, обусловленной пандемией Covid-19, и активного развития информационных технологий интернет-страхование будет приобретать все большую популярность. Обоснованы пути дальнейшего развития интернет-страхования в Украине с учетом его ингибиторов и катализаторов.*

**Ключевые слова:** интернет-страхование, каналы дистрибуции страховых услуг, страховая компания, продуктовая наполненность, информационные технологии, Covid-19.

*The article is devoted to the study of internet insurance development in the light of the new circumstances, including its catalysts and inhibitors. The relevance of the topic chosen is based on the fact that such distribution channel as internet insurance helps to minimize face-to-face contact while insurance services distribution, that plays important role during the pandemic of Covid-19. On the basis of the conducted research different approaches to the definition of "internet insurance" were considered and generalized definition was determined. The article examines the current state of the Ukrainian insurance market and its tendencies. The way of internet insurance development in China and its impact on the whole insurance industry was analyzed. Determined insurance services consumers' willingness to use digital distribution channels, that showed significant growth in the past year. Although the insurance market in Ukraine is characterized by a low level of insurance culture and there are contradictions in the legislation of the insurance field, insurance companies tend to use innovations, including internet insurance. There are two internet insurance systems: on-line and off-line, which are characterized by different levels of internet use. Matrix of on-line and off-line internet insurance services of top 10 Ukrainian insurance companies in terms of gross insurance premiums is characterized. Insurance companies use combination of internet insurance system and related services based on internet technologies to attract consumers by more personalized offers. Analysis of internet insurance products number and available related services is carried out. Despite benefits of internet insurance there are some problems to deal with. Advantages and disadvantages of internet insurance are analyzed. Prospects for the development of internet insurance in Ukraine are substantiated. In order to enhance development of internet insurance, it is necessary to improve the current legislation of Ukraine and financial literacy. An important point is the use of international experience.*

**Key words:** internet insurance, distribution channels of insurance services, insurance company, food content, information technologies, Covid-19.

**Постановка проблеми.** В умовах ринкової економіки страхові компанії стикаються з високою конкуренцією за лідерство. З метою підтримання своєї позиції на ринку, залучення нових клієнтів та утримання вже існуючих страховики повинні підлаштовуватися під зміни у світі шляхом впровадження інноваційних рішень у свою діяльність. В умовах пандемії Covid-19 особливої популярності набуло застосування шляхів дистрибуції страхових послуг, які б мінімізували контакти між людьми, тим самим стримуючи розповсюдження вірусу. Актуальним вибором з погляду страховиків у таких умовах виявився Інтернет. Розвиток інтернет-страхування як ніколи необхідний, адже є ще багато перспектив для розширення можливостей під час використання цього каналу дистрибуції, які забезпечують додаткові переваги як для страховиків, так і для страхувальників. Таким чином, дослідження того, як страхові компанії застосовують інтернет-страхування у сучасних умовах, набуває особливої актуальності, оскільки дозволяє проаналізувати, наскільки страхові компанії готові змінюватися відповідно до ситуації у світі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемами дослідження поняття «інтернет-страхування» займалися такі вітчизняні вчені, як: І.М. Михайловська, С.В. Науменкова, О.В. Новак, Н.М. Спіцина. Значний внесок у питання розвитку інтернет-страхування зробили такі вчені, як М.А. Дзина, В.І. Ерастова, Г.В. Мацьків, Н.В. Ткаченко, К.Т. Свешкіна. Однак існує потреба в подальшому дослідженні теоретичних та практичних аспектів розвитку інтернет-страхування в Україні.

**Мета статті** полягає у діагностиці розвитку інтернет-страхування в Україні, виявленні його інгібіторів і каталізаторів та обґрунтуванні шляхів розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Нині у науковців склалися подібні підходи до визначення «інтернет-страхування». Н.М. Спіцина визначає інтернет-страхування як «взаємодію інтересів між страховою компанією і клієнтом, яка виникає під час продажу страхового продукту та його обслуговування, але вироблена за допомогою мережі Інтернет» [3]. З погляду С.В. Науменкової, це «процес взаємодії страхової компанії та її клієнтів, який полягає у виборі страхових послуг, оформленні та придбанні страхових полісів і отриманні страхових премій з використанням мережі Інтернет» [5, с. 421]. К. Гриньова зазначає, що інтернет-страхування – це укладення та обслуговування договорів страхування за допомогою дистанційних засобів зв'язку [2, с. 11].

Тобто інтернет-страхування – це повна або часткова (переважна) взаємодія страхових компаній зі страхувальниками у процесі надання страхових послуг за допомогою мережі Інтернет. Під час реалізації страхових послуг через Інтернет можна виділити систему on-line та off-line страхування, які відрізняються набором дій. За on-line-страхування весь процес продажу здійснюється за допомогою Інтернету, а за off-line-страхування – лише певна частина.

Що стосується офіційного визначення «інтернет-страхування», в українському законодавстві воно відсутнє, що, на нашу думку, є негативним фактором. Більше того, існують суперечності в законодавстві України стосовно правомірності електронного страхового полісу: Цивільний кодекс України зазначає про нікчемність договору страхування у формі, відмінній від паперової [16], тоді як у «Положенні про особливості укладання договорів обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів» можемо прочитати про електронні страхові поліси [4]. Очевидно, що така ситуація не сприяє розвитку інтернет-страхування в Україні.

Сьогодні в Україні за кількістю зібраних валових страхових премій лідером є автострахування, до якого, зокрема, входить і обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів, яке починаючи з 2018 року може укладатися за допомогою електронного договору страхування. Така тенденція відповідає загальносвітовій, оскільки в багатьох країнах великого поширення набуває саме автострахування.

Щодо реалізації інших видів інтернет-страхування страховими компаніями в Україні, то деякі з них доступні на сайтах страхових компаній за on-line та off-line системами (табл. 1). Серед топ-10 страхових компаній за валовими страховими преміями відповідно до результатів за 1 квартал 2020 року (Уніка, ARX, ТАС СГ, УСГ, Інго, PZU Україна, Арсенал страхування, Провідна та Вусо) усі пропонують продаж страхових продуктів за допомогою такого каналу дистрибуції, як інтернет-страхування, проте онлайн можна придбати не усі наявні продукти.

Найбільш поширеними видами під час інтернет-страхування є ОСЦПВ та туристичне страхування, також 5 із 10 страхових компаній пропонують інтернет-страхування від Covid-19, що є дуже актуальним.

Окрім страхових продуктів, важливими під час інтернет-страхування є допоміжні інструменти (табл. 2).

Дані, наведені в таблиці, вказують на те, що у страхувальника можуть виникати проблеми з навігацією на сайті, оскільки не усі страхові компанії виділяють окремий розділ з онлайн-пропозиціями на своєму сайті, не усюди доступний онлайн-калькулятор, який дозволяє розрахувати вартість страхування перед його оформленням, та власний онлайн-кабінет, за допомогою якого можна зручно керувати своїм страховим захистом, інтернет-оплата доступна майже в усіх компаніях.

В Україні загалом рівень проникнення страхування демонструє низькі показники і знижується з року в рік, станом на 2019 рік становив 1,3%, тоді як середній показник по світу 6,1% [1]. Звісно, це є негативним чинником, який свідчить, що рівень використання страхування як механізму фінансування ризиків використовується недостатньо. Але, з іншого боку, така ситуація може стати драйвером розвитку саме інтернет-страхування. В українців немає розвиненої культури страхування, отже, немає сильної прив'язки до якогось

Таблиця 1

Матриця продуктової наповненості сайтів страхових компаній

Види страхування за on-line системою							Назва компанії	Види страхування за off-line системою								
ОСЦВ ВТЗ	Туристичне	Страхування житла	Відповідальність власника житла	Від Covid-19 для іноземців	Власники зброї	Від Covid-19		Каско	Зелена карта	Медичне	Від Covid-19	Страхування життя	Від нещасного випадку	Страхування житла	ОСЦВ ВТЗ	Страхування майна
+	+	+	+				Уніка									
+	+						Агх									
+	+						ТАС СГ									
+	+			+	+		УСГ									
+	+						Інго	+	+	+						
+	+						Рзу Україна	+	+			+		+		
+	+			+			Арсенал	+								
+	+	+		+		+	Альфа	+		+		+			+	
							Провідна				+			+		+
+	+					+	Вусо	+	+			+	+			

Джерело: складено авторами на основі [6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 13; 14; 15]

Таблиця 2

Огляд кількості страхових інтернет-продуктів компаній та допоміжних інструментів

№	Назва компанії	Страхові продукти	Допоміжні інструменти			
			Окремий розділ з онлайн пропозиціями	Можливості інтернет-оплати	Власний он-лайн-кабінет	Онлайн-калькулятор
1	Уніка	4	+	+	+	-
2	Агх	2	+	+	+	-
3	ТАС СГ	2	-	-	-	-
4	УСГ	4	+	+	+	+
5	Інго	5	+	+	+	+
6	Рзу Україна	6	+	+	+	+
7	Арсенал	4	+	+	-	+
8	Альфа	9	+	+	-	+
9	Провідна	3	+	+	+	-
10	Вусо	7	-	+	-	+

Джерело: складено авторами на основі [6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 13; 14; 15]

із традиційних каналів дистрибуції страхових послуг. Завдяки використанню Інтернету, який для більшості людей став зрозумілим і зручним інструментом, що використовують у різних сферах життя, страхові послуги будуть більш інтуїтивно зрозумілими та доступними. Це дозволить залучати нових клієнтів, здебільшого молодого віку, у яких розвиватиметься культура страхування, що в подальшому приведе до підвищення фінансової грамотності у сфері страхування у розрізі цілої країни.

Гарним прикладом, коли розвиток інтернет-страхування спричинив розвиток страхування загалом, є Китай. Останні роки частка прямих каналів продажу страхових послуг активно зростала, здебільшого за

рахунок збільшення обсягів продажу non-life компаній в Інтернеті. У 2017 році обсяг валових страхових премій досяг 3,1 трлн юанів, що зробило страховий ринок Китаю другим в світі після США. Обсяг страхових премій, зібраних шляхом інтернет-страхування, збільшився з 11,07 млрд юанів у 2013 році до 183,53 млрд юанів у 2017 році [18]. Причиною такого бурхливого розвитку стала обов'язковість Інтернету для страховиків у Китаї. У 2015 році з метою обмеження неправомірних дій були впроваджені певні регулятивні норми щодо інтернет-страхування. Нині 70 (із 88) страховиків Р&С та 62 (із 96) страховиків Life&Healthy Китаї використовують інтернет-страхування. У 2019 році загальне проникнення онлайн-премій досягло 6,3%.

При цьому пандемія COVID-19 надала безпрецедентну можливість для розвитку інтернет-страхування у Китаї. Наприклад, інтернет-стартап Shuidi, який займається краудфандингом у галузі охорони здоров'я та страховим бізнесом, побачив, що його страхові клієнти зросли з 40 млн у 2019 році до 100 млн у другому кварталі 2020 року [19].

Згідно з опитуванням Bain&Company, проведеним Dуната, яке охопило 135 000 споживачів страхових послуг у 17 країнах, за 2020 рік цифрове охоплення зросло на 20% у всьому світі, що майже в чотири рази перевищує річний темп приросту за попередні чотири роки. [17] Таке різке зростання, на нашу думку, могло бути спричинено, по-перше, збільшенням попиту на дистанційні канали дистрибуції серед покупців, а по друге, тим, що страховики повільно імплементували інтернет-страхування у свою діяльність до Covid-19. Таким чином повільний темп інновацій, орієнтованих на клієнта, перетворився на серйозну загрозу, оскільки пандемія Covid-19 прискорила перехід споживачів до цифрових каналів.

Зважаючи на те, що норми соціального дистанціювання скоріш за все ще надовго залишаться у нашому житті, інтернет-страхування буде набирати ще більшої популярності, відповідно будуть розвиватися і супутні послуги, які базуються на інформаційних технологіях. Нині вдалим прикладом таких технологій є телематика, яка дозволяє персоналізовано розраховувати страхові премії для певних видів страхування. Активне використання Інтернету може спричинити суттєві зміни не тільки у способі продажу, а й у сфері використання даних про клієнтів, що приведе до значно вищого рівня персоналізації, а отже, зміниться ставлення клієнтів до страхування загалом. COVID-19 вже почав вносити свої корективи: страховики визнають, що їм потрібно принести більшу користь своїм клієнтам, зосереджуватися на більш персоналізованих пропозиціях та комунікувати на більш сегментованій основі.

Однією з особливостей нової реальності стала значна популярність онлайн-спілкування, зокрема за допомогою відеозв'язку. На нашу думку, одним зі шляхів подальшого розвитку може стати синтез інтернет-страхування та прямих продажів в офісі: спочатку клієнт буде контактувати зі страховиком дистанційно і лише на завершальному етапі продажу страхових продуктів – віч-на-віч. Такий підхід забезпечить нові можливості для персональних консультацій клієнтів.

Відповідно до дослідження SwissRe Інституту, в якому було проаналізовано сприйняття клієнтами інтернет-технологій у різних галузях, близько 30% позитивно ставиться до залучення Інтернету в страхуванні, 40% ставляться нейтрально. У порівнянні з іншими галузями у страхуванні найбільша частка опитуваних ставиться негативно до інтернет-технологій [20]. Тому необхідно вживати додаткових заходів, спрямованих на популяризацію інтернет-страхування.

Необхідність поширення інтернет-страхування можна пояснити такими факторами: збільшуються

труднощі спілкування віч-на-віч через норми соціального дистанціювання, і з огляду на «безконтактність», інтернет-канали повинні забрати частину обсягу офлайн-транзакції; інноваційні підходи до дистрибуції страхових продуктів є більш інтуїтивно зрозумілими для молодого покоління, ніж традиційні. Загалом COVID-19 створив можливості, а також підвищив вигоди до страхової галузі.

Серед переваг інтернет-страхування – мінімізація людського фактору; автоматизація продажів страхових продуктів; розширення територіального охоплення страхової компанії; цілодобовий доступ та економія часу для страхувальника; можливість легко порівнювати страхові компанії та продукти. Так, окрім позитивного впливу, інтернет-страхування має певні недоліки, один із них – інтернет-шахрайство. В Україні є недовіра до страхових компаній загалом, що спричинено історичними факторами, а недовіра до інтернет-страхування підсилюється необхідністю проведення онлайн-платежів. З метою підвищення довіри населення до страхових послуг у деяких країнах, наприклад у США та Великобританії, існують спеціалізовані організації, спрямовані на протидію страховому шахрайству, зокрема й державні установи. Також потрібно зазначити, що є практика взаємодії страхових компаній з іншими компаніями, найчастіше зі сфери ІТ, з метою створення технологічних продуктів, які б вирішували проблему шахрайства. Інші недоліки інтернет-страхування: на сайтах доступна значно менша кількість страхових продуктів, ніж є насправді; можуть виникати труднощі з навігацією на сайті та отриманням вичерпної інформації; за системою on-line страхові послуги повинні бути максимально стандартизовані.

Подальші шляхи розвитку інтернет-страхування в Україні, на нашу думку, мають передбачати зміну законодавчої бази з метою уникнення про-тиріч та офіційного визначення інтернет-страхування, розширення кількості видів страхування, які здійснюються через Інтернет, вжиття заходів щодо популяризації інтернет-страхування, покращення допоміжних інструментів інтернет-страхування і впровадження механізмів задля запобігання страховому шахрайству.

**Висновки.** Таким чином, інтернет-страхування – це взаємодія між страховиком і страхувальником, яка виникає під час продажу страхового продукту і забезпечується за допомогою інформаційних технологій, а саме Інтернету. Інтернет-страхування може здійснюватися за допомогою різних систем: on-line та off-line. Офіційно інтернет-страхування в українському за-конодавстві не визначено. В Україні страхові компанії певним чином вико-ристовують інтернет-страхування у своїй діяльності, при цьому найбільш популярним його видом є ОСЦПВ. Також доступні й інші види страхування та допоміжні інструменти. Одним із лідерів у страхуванні та, зокрема, у інтернет-страхуванні є Китай, який зміг підвищити рівень галузі шляхом розвитку дистанційних каналів дистрибуції страхових послуг. З огляду



Рис. 1. Каталізатори та інгібітори інтернет-страхування в Україні

Джерело: складено авторами

на необхідність обмеження соціальних контактів, зумовлену пандемією Covid-19, та на активний розвиток інформаційних технологій, інтернет-страхування набуватиме все більшої популярності. Подальшими шляхами розвитку інтернет-страхування в Україні, враховуючи його наявні інгібітори та каталізатори, є

удосконалення відповідної законодавчої бази, вжиття заходів щодо популяризації інтернет-страхування, модернізація страхових продуктів з метою їх реалізації через Інтернет, покращення допоміжних інструментів інтернет-страхування, впровадження механізмів запобігання страховому шахрайству тощо.

#### Список літератури:

1. Біла книга «Майбутнє регулювання ринку страхування». URL: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/White\\_paper\\_insurance\\_2020.pdf?v=4](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/White_paper_insurance_2020.pdf?v=4) (дата звернення 12.02.2021)
2. Гриньова К. Інтернет-страхування в Україні: правовий аспект. *Правовий тиждень*. 2010 р. № 29. С. 11.
3. Спіцина Н.М., Григораш О.В. Переваги та недоліки Інтернет-страхування в Україні. *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасних наук-2007»*. М. Перемишль, 2007 р. URL: [http://www.rusnauka.com/12.APSN\\_2007/Economics/20665.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12.APSN_2007/Economics/20665.doc.htm) (дата звернення 10.02.2021).

4. Про особливості укладання договорів обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів: Положення від 27.10.2011 р. № 1483/20221. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1483-11#Text> (дата звернення: 02.12.2020).
5. Науменкова С.В., Міщенко С.В. Ринок фінансових послуг: навч. посіб. Київ : Знання, 2010. 532 с.
6. Страхова компанія «ARX». URL: <https://arx.com.ua/produkty/online-strakhuvannya> (дата звернення: 02.12.2020).
7. Страхова компанія «PZU Україна». URL: <https://shop.pzu.com.ua> (дата звернення: 02.12.2020).
8. Страхова компанія «Альфа». URL: <https://alfaic.ua/> (дата звернення: 02.12.2020).
9. Страхова компанія «Арсенал». URL: <https://arsenal-ic.ua/> (дата звернення: 02.12.2020).
10. Страхова компанія «ВУСО». URL: <https://vuso.ua/> (дата звернення: 02.12.2020).
11. Страхова компанія «ІНГО». URL: <https://ingo.ua/online-strakhuvannya> (дата звернення: 02.12.2020).
12. Страхова компанія «ПРОВІДНА». URL: <https://www.providna.ua/> (дата звернення 02.12.2020).
13. Страхова компанія «ТАС СГ». URL: <https://sgtas.com.ua/> (дата звернення: 02.12.2020).
14. Страхова компанія «Уніка». URL: <https://uniqa.ua/ua/> (дата звернення: 02.12.2020).
15. Страхова компанія «УСГ». URL: <https://ukringroup.ua/ua/online> (дата звернення: 02.12.2020).
16. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 02.12.2020).
17. A Digital Reckoning for Insurance Companies. URL: <https://www.bain.com/insights/a-digital-reckoning-for-insurance-companies> (дата звернення: 10.02.2020).
18. InsurTech: Infrastructure for New Insurance. KPMG China Insurance Service and Zhong An Fintech Institute. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cn/pdf/en/2019/07/insurance-technology.pdf> (дата звернення: 10.02.2020).
19. What's go in gon in China's Insur Tech space? URL: <https://www.aon.com/reinsurance/gimo/20201102-gimo-china> (дата звернення: 10.02.2020).
20. Why insurers need to transform digital distribution and how to do it in the digital age. URL: <https://www.swissre.com/institute/research/topics-and-risk-dialogues/digital-business-model-and-cyber-risk/why-insurers-need-to-transform-digital-distribution.html> (дата звернення: 10.02.2020).

### References:

1. Bila knyha «Maibutnie rehulivannia rynku strakhuvannia» [White Paper «Future regulation of the insurance market»]. Available at: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/White\\_paper\\_insurance\\_2020.pdf?v=4](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/White_paper_insurance_2020.pdf?v=4) (accessed 12 February 2021).
2. Hrynova K. (2010) Internet-strakhuvannia v Ukraini: pravovyi aspekt [Internet insurance in Ukraine: legal aspect]. *Pravovyi tyzhden*, no. 29, 11 p. (in Ukrainian)
3. Spitsyna N.M., Hryhorash O.V. (2007) Perevahy ta nedoliky Internet-strakhuvannia v Ukraini [Advantages and disadvantages of Internet insurance in Ukraine]. *Proceedings of the 1 Mizhnarodnoinukovo-praktychnoikonferentsii «Aktualnyie problemy i sovremennyih nauk-2007»* (Poland, Peremyshl, 2007). Available at: [http://www.rusnauka.com/12.APSN\\_2007/Economics/20665.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12.APSN_2007/Economics/20665.doc.htm) (accessed 10 February 2021).
4. Pro osoblyvosti ukladannia dohovoriv oboviazkovoho strakhuvannia tsyvilno-pravovoi vidpovidalnosti vlasnykiv nazemnykh transportnykh zasobiv: Polozhennia vid 27.10.2011 p. № 1483/20221 [Regulation: Compulsory third party liability insurance for owners of landvehicles]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1483-11#Text> (accessed 01 December 2020).
5. Науменкова С.В., Міщенко С.В. (2010) Ринок фінансових послуг [Financialservicesmarket]. Київ: Знання. (in Ukrainian)
6. Strakhova kompaniia «ARX» [Insurance company «ARX»]. Available at: <https://arx.com.ua/produkty/online-strakhuvannya> (accessed 02 December 2020).
7. Strakhova kompaniia «PZU Ukraine» [Insurance company«PZU Ukraine»]. Available at: <https://shop.pzu.com.ua/> (accessed 02 December 2020).
8. Strakhova kompaniia «Альфа» [Insurance company «Альфа»] Available at: <https://alfaic.ua/> (accessed 02 December 2020).
9. Strakhova kompaniia «Арсенал» [Insurance company«Арсенал»]. Available at: <https://arsenal-ic.ua/> (accessed 02 December 2020).
10. Strakhova kompaniia «ВУСО» [Insurance company«ВУСО»]. Available at: <https://vuso.ua/> (accessed 02 December 2020).
11. Strakhova kompaniia «ІНГО» [Insurance company«ІНГО»]. Available at: <https://ingo.ua/online-strakhuvannya> (accessed 02 December 2020).
12. Strakhova kompaniia «ПРОВІДНА» [Insurance company «ПРОВІДНА»]. Available at: <https://www.providna.ua/> (accessed 02 December 2020).
13. Strakhova kompaniia «ТАС СГ» [Insurance company «ТАС СГ»]. Available at: <https://sgtas.com.ua/> (accessed 02 December 2020).
14. Strakhova kompaniia «Уніка» [Insurance company«Уніка»] Available at: <https://uniqa.ua/ua/> (accessed 02 December 2020).
15. Strakhova kompaniia«УСГ» [Insurance company«УСГ»]. Available at: <https://ukringroup.ua/ua/online> (accessed 02 December 2020).

16. Tsyvilnyi kodeks Ukrainy vid 16.01.2003 № 435-IV [Civil Code Ukraine of 16.01.2003 № 435-IV]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (accessed 02 December 2020).

17. A Digital Reckoning for Insurance Companies. Available at: <https://www.bain.com/insights/a-digital-reckoning-for-insurance-companies/> (accessed 10 December 2020).

18. Insur Tech: Infrastructure for New Insurance. KPMG China Insurance Service and Zhong An Fintech Institute. Available at: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cn/pdf/en/insurance-technology.pdf> (accessed 10 December 2020).

19. What's going on in China's Insur Tech space? Available at: <https://www.aon.com/reinsurance/gimo/20201102-gimo-china> (accessed 10 December 2020).

20. Why insurers need to transform digital distribution and how to do it in the digital age. Available at: <https://www.swissre.com/institute/research/topics-and-risk-dialogues/digital-business-model-and-cyber-risk/why-insurers-need-to-transform-digital-distribution.html> (accessed 10 December 2020).