

Оксана Полінкевич, Владімер Глонті, Вікторія Баранова, Валентина Левченко, Анастасія Єрмошенко

### **Зміна бізнес-моделей українських страхових компаній в умовах COVID-19**

Страхові компанії формують власні бізнес-моделі з огляду на інтереси зацікавлених сторін. Зміни бізнес-моделей пов'язані з впливом COVID-19, поглибленням цифровізації та орієнтацією на клієнта. Отже, мета дослідження – систематизувати підходи до бізнес-моделей страхових компаній на прикладі країни, що розвивається (Україна), та показати зміну бізнес-моделі за підходом CANVAS під впливом пандемії COVID-19. Відповідно до мети дослідження систематизовано бізнес-моделі страхових компаній, які згруповані в блоки – вартісно-орієнтовані, структурні, комплексні та стратегічні. Останній блок визначає стратегічні зміни в діяльності страхових компаній і відображає тенденції на страховому ринку. З огляду на це, бізнес-моделі страхових компаній мають відображати сукупність стратегічних рішень, їх архітектуру, структуру та сприяти управлінню операціями зі створення вартості на страховому ринку. Бізнес-моделі змінилися з традиційних на інноваційні, гібридні та цифрові. Основні зміни в бізнес-моделях страхових компаній – омніканальні комунікації, запуск чат-ботів, великі дані, мобільний ID, ідентифікація за банківською платіжною картою (Bank ID), онлайн-доступ до реєстрів, блокчейн. Пандемія COVID-19 спричинила зміну бізнес-моделей у бік соціально-відповідального бізнесу та дотримання цілей сталого розвитку.

**Ключові слова:** страхові компанії, бізнес-модель, COVID-2019, клієнтоорієнтований підхід, модель CANVAS, агенти фінансових послуг (FSA)

**Класифікація JEL:** G22, H12



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.