
ЦИФРОВИЗАЦИЯ НА ЗАСТРАХОВАТЕЛНИЯ ПАЗАР В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ – ПРОБЛЕМИ И РЕШЕНИЯ

Гл. ас. д-р Гергана Рашкова
Международно висше бизнес училище

Резюме. Дигиталните решения са в основата на бъдещото развитие на застрахователната индустрия. Внедряването на електронни инструменти за застраховане също предизвиква сериозни спорове, тъй като застраховането е много чувствително и консервативно към всяка промяна. На практика все още има значителни пречки целият застрахователен процес да се случва изцяло онлайн.

Ограниченията са от различно естество, като повечето са концентрирани в нормативната уредба, а останалите са чисто технологични - както от страна на застрахователите, така и от страна на застрахованите. Въпреки трудностите застрахователите на българския пазар предлагат различни форми на дигитални платформи за застраховане. Няма застрахователна компания, която да не е дигитализирала отделни процеси или цялата си дейност в различна степен.

Настоящият доклад разглежда дигиталните възможности на 34 общозастрахователни компании и 14 животозастрахователни компании, опериращи на територията на Република България. Целта на изследването е да очертае основните проблеми при дигитализацията на застрахователните услуги и да предложи възможни решения. За да се постигне това, клиентската удовлетвореност на потребителите на цифрови застрахователни услуги беше проучена чрез кратки проучвания. Представени са експертни мнения на служители на компанията, които тестват и одобряват нови дигитални решения в застрахователните компании.

Очертани са най-честите проблеми, които възникват при използване и обслужване на дигитална застрахователна услуга – технологични, нормативни и времеви.

Статистически все още не е отчетен дялът на застрахователните услуги, които българският пазар е дигитализирал. Много малко компании предлагат изцяло он-лайн застрахователен продукт и основно в сферата на застраховките „Злополука“, в категорията на заемащите най-голям пазарен дял - Автомобилни застраховки, все още не е възможно да се дигитализират напълно.

Докладът разглежда дигиталните възможности на 34 общозастрахователни компании и 14 животозастрахователни компании, опериращи на територията на Република България.

Цел: Целта на изследването е да очертае основните проблеми при дигитализацията на застрахователните услуги и да предложи възможни решения.

Методи: За да се постигне това, клиентската удовлетвореност на потребителите на цифрови застрахователни услуги беше проучена чрез кратки проучвания. Представени са експертни мнения на служители на компанията, които тестват и одобряват нови дигитални решения в застрахователните компании.

Констатации и новости: Очертани са най-честите проблеми, които възникват при използване и обслужване на дигитална застрахователна услуга – технологични, нормативни и времеви.

Ключови думи: цифровизация; застраховане; пазар

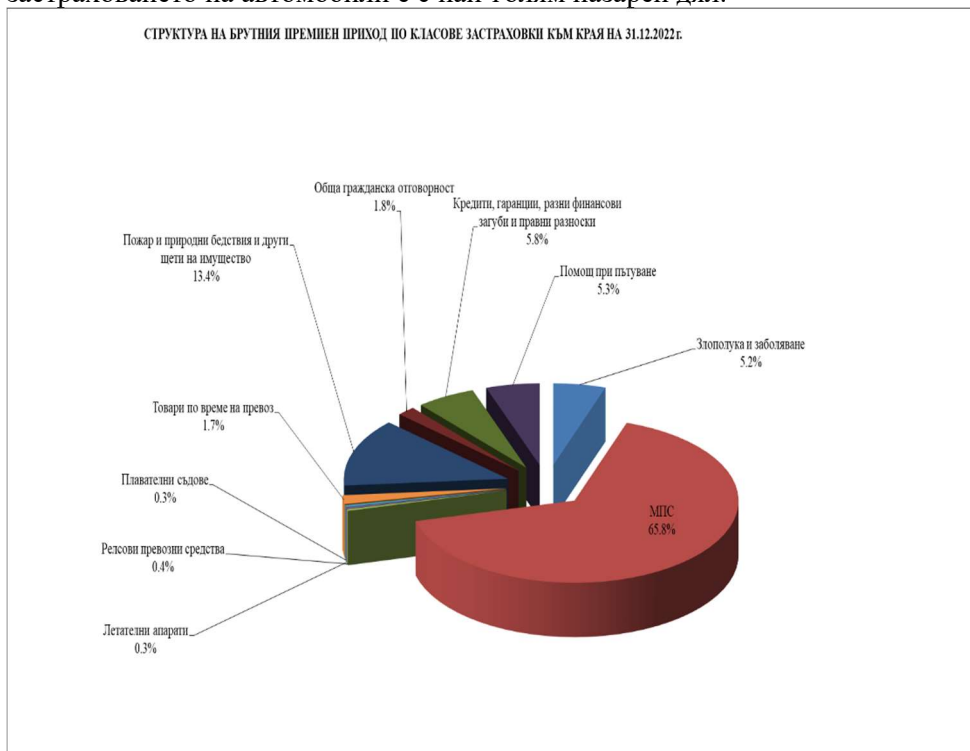
JEL: M1

Дигиталните решения са в основата на бъдещото развитие на застрахователната индустрия. Внедряването на електронни инструменти за застраховане също предизвиква сериозни спорове, тъй като застраховането е много чувствително и консервативно към всяка промяна. На практика все още има значителни пречки целият застрахователен процес да се случва изцяло онлайн. В същото време в нормативната уредба ограничава голяма част от опитите за дигитализация на процесите, като чисто технологичните препятствия също не са малко – не само от страна на застрахователите, но и от страна на застрахованите. Въпреки трудностите застрахователите на българския пазар предлагат различни форми на дигитални платформи за застраховане. Няма застрахователна компания, която да не е дигитализирала отделни процеси или цялата си дейност в различна степен.

Дигиталните възможности на 34 общозастрахователни компании и 14 животозастрахователни компании, опериращи на територията на Република България са насочени предимно към бързата комуникация в маркетингов аспект с клиентите, без да се отчита специфичната им потребност от конкретен продукт. Целта на изследването е да очертае основните проблеми при дигитализацията на застрахователните услуги и да предложи възможни решения. За да се постигне това, клиентската удовлетвореност на потребителите на цифрови застрахователни услуги беше проучена чрез кратки проучвания. Представени са експертни мнения на служители на компанията, които тестват и одобряват нови дигитални решения в застрахователните компании.

В процеса на цифровизация на застрахователните услуги се противопоставят основни принципи и понятия в застраховането. На първо място застават на двата полюса консерватизма и иновациите. Консервативността на застрахователният пазар е изправена пред предизвикателството да се впусне в дигиталния свят, т.к. застрахователният договор е полица написана на хартия и подписана от застраховател и застрахован на базата на основният принцип – доверие. От своя страна българският потребител на застрахователни услуги, вижда рискована операция при работата с дигитални платформи, поради вероятността от измама. Така

принципът на доверие практически се нарушава и потребителя се ориентира към компании, които предлагат предимно консервативен хартиен документ. Тази потребителска нагласа е съвсем разбираема, предвид традиционната ориентация на застрахователния пазар в автомобилните застраховки. Както е видно от статистическите данни на Комисията за Финансов надзор, застраховането на автомобили е с най-голям пазарен дял.



От друга страна, разглеждайки цифровизацията в застраховането като усъвършенстване на процесите в самите застрахователни компании, отново се сблъскваме с консерватизма, недоверието и риска. Голяма част от компаниите са чужда собственост и на местно ниво, се имплементират системи и дейности, приети за цялата корпоративна група, без да се отчитат местните особености. В някои случаи това води до забавяне на процесите на обслужване и отлив на клиенти. Това явление се наблюдава и при дигитализиране на каналите за дистрибуция, т.к. на Балканите комуникацията лице в лице е с предимство. Напомнящите рекламни съобщения, се приемат като досаден страничен шум, а не като полезна информация.

Основните проблеми, с които се срещат дигиталните проекти на застрахователните компании в Република България са в различни аспекти.

Преобладаващият пазарен дял на автомобилни застраховки и най-вече на Гражданска отговорност на автомобилиста, не позволява пълна дигитализация от нормативна гледна точка, до отпадане на задължителният стикер. Също така техническата грамотност на потребителите е на много ниско ниво и не е достатъчна, за да насърчи пълната дигитализация. Като това е обусловено и от липсата на техническа обезпеченост на клиента, за да е в

състояние да потребява дигитална застрахователна услуга. Освен това много малка част от населението може да си позволи закупуването на електронен подпис в криптиран вариант, поради което компаниите предлагат възможности за подписване с регистрация в облачни пространства, които не са особено сигурни.

Решенията на проблемите в дигиталните платформи а застрахователните компании са основно нормативни промени и усъвършенстване на киберсигурността.

Не на последно място е и повишаването на застрахователната култура, която е част от финансовата. Статистически все още не е отчетен дялът на застрахователните услуги, които българският пазар е дигитализирал. Много малко компании предлагат изцяло он-лайн застрахователен продукт и основно в сферата на застраховките „Злополука“, в категорията на заемащите най-голям пазарен дял – автомобилни застраховки, все още не е възможно да се дигитализират напълно.

REFERENCES

AKERKAR, R., & SAJJA, P. S. 2016. *Intelligent techniques for data science*. Cham: Springer International Publishing.

BOHNERT, A., FRITZSCHE, A., & GREGOR, S. 2019. Digital agendas in the insurance industry: the importance of comprehensive approaches. *The Geneva Papers on Risk and Insurance-Issues and Practice*, 44(1), 1- 19.

NICOLETTI, B. 2016. *Digital Insurance: Business Innovation in the Post-Crisis Era*. Springer.

ZAHARIEV, A., PRODANOV, S., ZAHARIEVA, G., KRASTEVA, L., KOSTOV, D., PAVLOV, T., ZDRAVKOV, N. 2020d. The Brokerage Insurance Companies under Covid-19 Framework (the Bulgarian experience). *58th International Scientific Conference of Economic and Social Development*, Budapest 2020, 04-05 September 2020, Economic and Social Developments (Book of Proceedings) (pp. 369-383). Cakovez, Croatia, 2021: ISSN 1849-7535. Doi:<https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3688949>

Association of Bulgarian Insurers. 2023. [official website]. Available at: <https://www.abz.bg/>

Financial Supervision Commission. 2022. [official website]. Available at: <https://www.fsc.bg/>

DIGITIZATION OF THE INSURANCE MARKET IN THE REPUBLIC OF BULGARIA-PROBLEMS AND SOLUTIONS

Abstract. Digital solutions are the basis of the future development of the insurance industry. The implementation of electronic tools for insurance also causes serious controversy, because as insurance is very sensitive and conservative about any change. In practice, there are still significant obstacles to the entire insurance process happening entirely online.

The restrictions are of a different nature, as most are concentrated in the regulatory framework, and the rest are purely technological – both on the part of the insurers and on the part of the insured. Despite the difficulties, insurers on the Bulgarian market offer various forms of digital platforms for insurance. There is no insurance company that has not digitized individual processes or its entire activity to varying degrees.

The present report examines the digital capabilities of 34 non-life insurance companies and 14 life insurance companies operating on the territory of the Republic of Bulgaria. The purpose of the research is to outline the main problems in the digitalization of insurance services and to propose possible solutions. To achieve this, the customer satisfaction of the users of digital insurance services was studied through short surveys. Expert opinions of company employees who test and approve new digital solutions in insurance companies are presented.

The most common problems that arise when using and servicing a digital insurance service are outlined – technological, regulatory and time-related.

Statistically, the share of insurance services that the Bulgarian market has digitized is still not taken into account. Very few companies offer a completely on-line insurance product, and mainly in the field of “Accident” insurance, in the category of those occupying the largest market share – Automobile insurance, it is not yet possible to fully digitize them.

Research background: The report examines the digital capabilities of 34 non-life insurance companies and 14 life insurance companies operating on the territory of the Republic of Bulgaria. *Purpose:* The purpose of the research is to outline the main problems in the digitalization of insurance services and to propose possible solutions. *Methods:* To achieve this, the customer satisfaction of the users of digital insurance services was studied through short surveys. Expert opinions of company employees who test and approve new digital solutions in insurance companies are presented. *Findings and novelty:* The most common problems that arise when using and servicing a digital insurance service are outlined – technological, regulatory and time-related.

Keywords: digitalization; insurance; market
JEL: M1

✉ **Chief Assist. Prof. Gergana Rashkova, PhD**
ORCID ID: 0009-0001-0960-6784
International Business School
Botevgrad, Bulgaria
E-mail: grashkova@ibsedu.bg