

# ՀՀ ապահովագրական ոլորտում ինշուրտեխ թվային նորարարությունների ներդրման հնարավոր ուղղությունները

Կարապետյան Սուրեն Հ.

Հայաստանի Պետական Տնտեսագիտական Համալսարան, Տնտեսության կարգավորման և միջազգային տնտեսական հարաբերությունների ֆակուլտետ, Մակրոտնտեսական վերլուծության ամբիոն, 2-րդ կուրսի մագիստրանտ (Երևան, ՀՀ) surenkarapetyan.ma@gmail.com

ՀՏԳ՝ 338.2; EDN: YH LGKA; JEL: G22, G29;

DOI: 10.58587/18292437-2023.1-181

Հանգուցաբառեր՝ Ինշուրտեխ, ապահովագրություն, վնասաբերություն, թվայնացում, ԱՊՊԱ համակարգ

## Возможные направления внедрения цифровых инноваций иншуртех в страховом секторе РА

Карапетян Сурен Г.

Армянский Государственный Экономический Университет, Факультет регулирования экономики и международных экономических отношений, Магистрант кафедры макроэкономическая политика и прогнозирование (Ереван, РА) surenkarapetyan.ma@gmail.com

**Аннотация.** В ходе исследования была раскрыта сущность иншуртеха, проанализированы показатели страховых компаний РА. На основе профессиональной литературы оценены и выделены особенности страховых компаний РА. В результате исследований было выявлено, что, несмотря на большой прогресс в цифровизации финансового сектора РА, подобные технологии не имеют больших объемов применения в страховом секторе. Более того, в финансовом секторе РА уже есть финтех-компании, а технологическое сообщество РА накопило большой опыт в сфере финансовых технологий. Подчеркнуто, что страховой сектор РА нуждается в переоснащении, учитывая комфорт потребителя.

Цель статьи – выявить и указать возможные направления внедрения цифровых инноваций в страховом секторе РА.

Статья может представлять интерес политикам страховых отраслей, аналитикам и представителям технологических компаний.

**Ключевые слова:** ИншурТех, страхование, ОСАГО, убыточность, цифровизация

## The Possible Directions of Implementation of Insurtech Digital Innovations in the Insurance Sector of RA

Karapetyan Suren H.

Armenian State University of Economics, Faculty of Regulation of Economy and International Economic Relations, Macroeconomic Analysis, Master of of the Chair of Macroeconomics (Yerevan, RA) surenkarapetyan.ma@gmail.com

**Abstract.** In the course of research, the essence of insurance was revealed, the KPIs of RA insurance companies were analyzed. On the basis of academic literature, the features of RA insurance companies are evaluated and highlighted. As a result of the research, it was revealed that, despite the great progress in the digitalization of the RA financial sector, similar technologies do not have large application volumes in the insurance sector. Moreover, there are already fintech companies in the financial sector of RA, and the technological community of RA has accumulated a lot of experience in the field of financial technologies. It is emphasized that the insurance sector of RA needs to be re-equipped, taking into account the comfort of the user.

The purpose of the article is to identify and indicate possible directions of implementation of digital innovations in the insurance sector of RA.

The article may be of interest to insurance industry policy makers, analysts and representatives of tech companies.

**Keywords:** InsurTech, Insurance, CMTPL system, Loss Level, Digitalization

Ի սկզբանե ապահովագրությունը սահմանվել է որպես գործունեության տվյալահենք ոլորտ, քանի որ ապահովագրական կազմակերպությունները ռիսկերի հաշվարկման ու

դրանց գնահատման համար ճշգրիտ և ապահովադրին առնչվող տվյալների կարիք ունեն: Տվյալների անընդհատ աճող քանակը (մեծ տվյալներ, անգլ. Big Data) և զարգացող

հաշվողական կարողությունները առավել հնարավոր են դարձրել ապահովագրական գործում իրականացնել տեխնոլոգիական նորարարություններ, որոնք նպատակ ունեն գործող մոդելից անցում կատարել առավել խնայող և արդյունավետ տարբերակի, որն ընդունված է անվանել ինշուրտեխի: Կարևոր է նշել, որ ինշուրտեխի վերաբերյալ միասնական մոտեցում գոյություն չունի: Օրինակ՝ որպես այդպիսի ընկերություն կարող է հանդես գալ ապահովագրական կազմակերպությունը, միջնորդը կամ ապահովագրական ոլորտում մասնագիտացած հաստատությունը, որը օգտագործում է տեխնոլոգիական նորարարությունները՝ մրցակցային առավելություն կամ հավելյալ ավելացված արժեք ստեղծելու համար [1]: Դրանք տեխնոլոգիա հենք ընկերություններ են, որոնք մուտք են գործում ապահովագրության ոլորտ, օգտվում նոր տեխնոլոգիաների առաջարկած հնարավորություններից՝ ձեռք բերելով համեմատական առավելություն ոլորտի դասական ներկայացուցիչների նկատմամբ: Ցանկացած տեխնոլոգիա, որն օգտագործվում է ապահովագրական ընկերության կողմից իր գործունեության արդյունավետությունը բարձրացնելու

համար, կարող է բնութագրվել որպես ինշուրտեխի [2]:

«ՀՀ-ում ապահովագրական ոլորտը զարգացում ապրեց 2011 թվականին՝ ԱՊՊԱ համակարգի ներդրմամբ: Ընկերությունները հանդես են գալիս «րիվ ապահովագրական ընկերության» տեսքով: Սա նշանակում է, որ տվյալների հավաքագրումը, ռիսկերի հաշվարկումը և գնահատումը, ինչպես նաև փոխհատուցման կազմակերպումը ամբողջությամբ իրականացվում է ընկերությունների կողմից: Ներկայում ՀՀ-ում ապահովագրական գործունեություն ծավալող ընկերությունները վեցն են [3]:

Ուսումնասիրելով ընկերությունների զուտ ապահովագրավճարների կազմը (տե՛ս աղյուսակ 1)՝ նկատում ենք, որ 2022 թվականին բոլորի մոտ (բացառությամբ Ինգո Արմենիա ՓԲԸ-ի) ամենամեծ մասնաբաժինն ունի «ԱՊՊԱ» ապահովագրական դասը: Ավելին, ՀՀ ապահովագրական շուկայի մոտ 42%-ը ներկայացված է պարտադիր ավտոապահովագրման շրջանակներում: Դրան հաջորդում է «Առողջության ապահովագրություն» ապահովագրական դասը: Ընդհանուր վերցրած, այս երկու ապահովագրական դասերը ներկայացնում են ՀՀ ապահովագրական ոլորտի երկու երրորդը կամ 66.3%-ը:

Ընկերություն	Զուտ ապահովագրավճարներ (Հազար ՀՀ դրամ)	«ԱՊՊԱ» (%)	Առողջ. ապա. (%)	«ԿԱՄԿՈ» (%)
Ռոսգոսստրախ-Արմենիա	15,084,726	46.27	20.87	8.66
Ինգո Արմենիա	15,560,489	21.44	33.59	34.81
Նաիրի Ինշուրանս	12,862,231	55.59	27.02	8.40
Միլ Ինշուրանս	7,111,084	35.89	12.24	10.93
ՌԵԳՈ (նախկին ՌԵՍՈ)	3,953,736	71.73	9.06	5.22
Արմենիա Ինշուրանս	5,586,874	38.03	32.40	4.69
<b>Ընդամենը</b>	<b>60,159,140</b>	<b>41.52</b>	<b>24.75</b>	<b>11.58</b>

Աղյուսակ 1. ՀՀ ապահովագրական ընկերությունների զուտ ապահովագրավճարները, 2022 թվական

Ինչ վերաբերում է վնասաբերությանը, ապա 2022 թվականին այն կազմել է 48.09%: Ցուցանիշով վատագույն արդյունքն ունի ՌԵԳՈ-ն՝ 58.06%, որին հաջորդում է Ռոսգոսստրախ Արմենիան՝ 53.9%, իսկ եռյակը եզրափակում է Միլ Ինշուրանսը՝ 50.7%:

Միլ Ինշուրանս	65.0	69.0	58.0	50.7
<b>Ընդամենը</b>	<b>53.2</b>	<b>59.9</b>	<b>60.0</b>	<b>48.1</b>

Աղյուսակ 2. ՀՀ ապահովագրական ոլորտի վնասաբերություն ըստ ընկերությունների (%), 2017-2022 թվականներ<sup>5</sup>

	2019	2020	2021	2022
Ռոսգոսստրախ-Արմենիա	56.1	60.8	71.2	53.9
Արմենիա Ինշուրանս	44.3	50.0	58.1	35.7
Նաիրի Ինշուրանս	57.0	47.0	55.8	45.9
Ինգո Արմենիա	49.1	42.8	53.1	44.8
ՌԵԳՈ	44.8	56.4	58.3	59.0

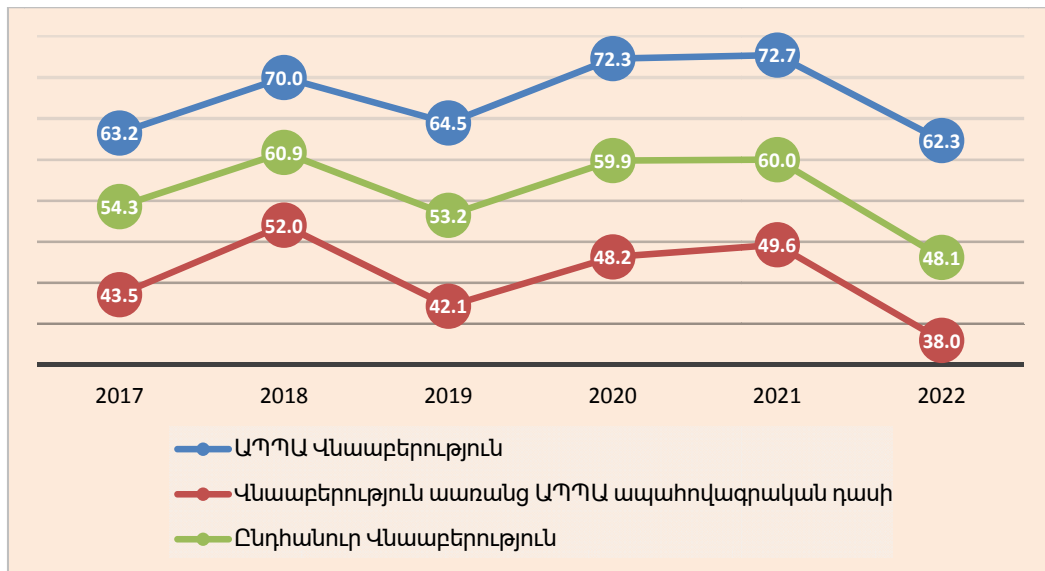
Պետք է ընդգծենք, որ ԱՊՊԱ ապահովագրական դասը մեծ ազդեցություն ունի ընդհանուր վնասաբերության վրա: Օրինակ՝ 2017-ից 2022 թվականների ընթացքում ապահովագրական դասը ընդհանուր վնասաբերության մակարդակը բարձրացրել է միջինում 11.46%-ով: Կարևոր է նշել, որ ՀՀ-ում կիրառվում

<sup>5</sup> Աղյուսակը կառուցվել է հեղինակի կողմից, աղբյուր՝ ընկերությունների տարեկան ֆինանսական հաշվետվություններ

Է ԱՊՊԱ ապահովագրավճարի հաշվարկման միասնական համակարգ, որտեղ մինչև 2021 թվականը գնային փոփոխություններ չէին իրականացվել: Իսկ 2022 թվականին Հայաստանի ավտոապահովագրողների բյուրոն որոշեց իրականացնել գնային և մեթոդական որոշ փոփոխություններ [4]: Արդյունքում վնասաբերությունը 60% նվազեց մինչև 48%-ի:

Շարունակելով ՀՀ ապահովագրական ընկերությունների արդյունավետության թեման՝ պետք է արձանագրենք, որ ՀՀ ապահովա-

գրական շուկայում թվայնացումը կամ թվային փոխակերպումը ցածր մակարդակի վրա է: Վերջինս ենթադրում է նորարարական տեխնոլոգիաների, կիրառական տեխնոլոգիաների, տվյալների քաղաքականության, էլեկտրոնային ծառայությունների և էլեկտրոնային կառավարման համակարգի ներդրում և զարգացում, թվայնացման գործընթացների համակարգման, միասնական ստանդարտների և թվայնացված միջավայրի ստեղծում [5]:



Պատկեր 1. ՀՀ ապահովագրական ոլորտի վնասաբերությունը (%), 2017-2022 թվականներ (Պատկերները կառուցվել է հեղինակի կողմից, աղբյուր՝ ընկերությունների տարեկան հաշվետվություններ)

Հետաքրքրաշարժ է վերլուծել առցանց եղանակով կնքված ԱՊՊԱ պայմանագրերի դինամիկան: Նմանատիպ մշակույթի զարգացման տեսանկյունից 2020 թվականը ունեցավ մեծ ազդեցություն: Եթե 2019 թվականին առցանց կնքված պայմանագրերի տեսակարար կշիռը ԱՊՊԱ պայմանագրերի ընդհանուր թվաքանակում կազմել է 5%, ապա արդեն 2021 թվականին այն կտրուկ աճեց՝ կազմելով 23%: (տե՛ս Աղյուսակ 3) [6]:

Այդուհանդերձ, ՀՀ-ում առայժմ չկա որևէ ապահովագրական ընկերություն, որը առաջար-

կում է հարթակ (օրինակ՝ բջջային հավելված), որը օգտագործողին հնարավորություն կտա վերահսկել իր ապահովագրական փաթեթները, անհրաժեշտության դեպքում փոխհատուցման պահանջ ներկայացնել (հեղինակը, ըստ էության, հաշվի չի առել «ASWA» հավելվածը, քանզի այն չափազանց սահմանափակ է և վերաբերում է կոնկրետ ապահովագրական դեպքին, այն է՝ համաձայնեցված հայտարարագրով գրանցվող պատահար, որի ակնկալվող վնասի հատուցման չափը չի գերազանցում 100 000 ՀՀ դրամը (ՀՀ մարզերում) և 200 000 ՀՀ դրամը (Երևանում):

		2018	2019	2020	2021	2022
Կնքված ԱՊՊԱ պայման.	<b>Քանակ</b>	902,365	1,202,04	930,569	1,023,006	1,187,623
	<b>Այդ թվում՝ առցանց եղանակով կնքված</b>					
	<b>Քանակ</b>	17,550	62,672	135,452	234,808	286,936
	<b>Տեսակարար կշիռը</b>	2%	5%	15%	23%	24%

Աղյուսակ 3. առցանց եղանակով կնքված ԱՊՊԱ պայմանագրերի տեսակարար կշիռն ԱՊՊԱ պայմանագրերի ընդհանուր քանակում

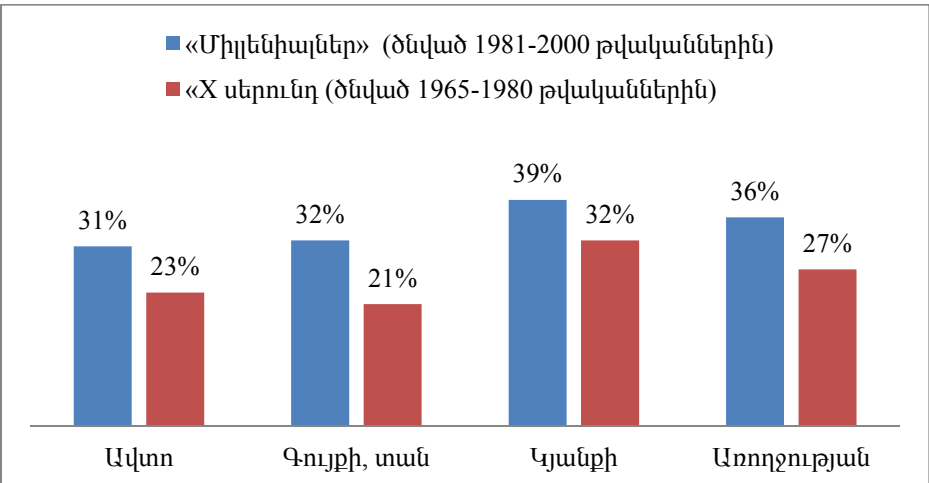
ՀՀ ապահովագրական ոլորտի համար կարևոր քայլ էր 2019 թվականից գյուղ ոլորտի

ապահովագրության պետական աջակցությամբ պիլոտային ծրագրի մեկնարկելը: Ոլորտում

որպես հիմնաքարային խնդիր նշվում է տվյալների ոչ բավարար լինելը կամ իսպառ բացակայելը: Օրինակ՝ ապահովագրական ընկերությունները պատկերացում չունեն հողի որակի, բույսերի հիվանդության, հողատարածքի ոռոգման կամ բերքատվության մակարդակների վերաբերյալ: Տեխնոլոգիական աշխարհում բազմաթիվ են նմանատիպ տեղեկատվության մշակմամբ զբաղվող ընկերությունները: Նմանատիպ ընկերություն է օրինակ՝ հայկական ծագում ունեցող [Manot.ai](#)-ը: Այն վերլուծելով և մշակելով հողատարածքների վերաբերյալ մետատվյալները՝ փոխանցում է դրանց կարիքը ունեցող ընկերություններին, այդ թվում՝ ապահովագրական: Անասնաբուծության ոլորտում նմանատիպ լուծումներ առաջարկող մեկ այլ հայկական ստարտափ էր՝ [COWnet](#)-ը, որը սակայն, անհրաժեշտ ծավալի ներդրումներ չունենալու պատճառով դադարեցրեց իր գործունեությունը: ՀՀ գյուղ ոլորտում նորարարության և տվյալների քաղաքականության իրականացումը բավականին կարևոր նախադրյալ է ոլորտում ապահովագրության վնասաբերության մակարդակի նվազման, ինչպես նաև առաջարկվող ծառայությունների ցանկի

ընդլայնման համար: Այս առումով նախևառաջ պետք է խթանել գյուղ ոլորտում տեխնոլոգիական ընկերությունների և ստարտափների հիմնադրումը [7]:

ՀՀ ապահովագրական ոլորտում մեկ այլ կարևոր խնդիր է հաճախորդների սպասարկումը, որը նույնպես վերազինման կարիք ունի: Մասնավորապես, շոբ-օգնականների և չատբոտերի կիրառմամբ: Օրինակ՝ հետազոտությունները ցույց ենք տալիս, որ հազարամյակների սերունդը (անգլ.՝ millennials) ապահովագրություն գնելիս ավելի շատ խորհրդատվության կարիք ունի, քան իրեն նախորդող՝ X սերունդը (*տես Գծապատկեր 2*) [8]: Սա նշանակում է, որ միլենիալները ավելի շատ անհատականացված լուծումների կարիք ունեն և ապահովագրական ընկերությունները նրանց համեմատաբար ավելի շատ ժամանակ են տրամադրում: Ենթադրվում է, որ գալիք սերունդն ավելի պահանջկոտ կլինի, ինչը, բնականաբար, ապահովագրական ընկերություններին հավելյալ կծանրաբեռնի: Այս ուղղությամբ ընկերությունները պետք է ունենան ռազմավարություն և իրականացնեն հստակ քայլեր:



**Գծապատկեր 2.** Առավել շատ խորհրդատվություն ունեցող հաճախորդների տեսակարար կշիռն ընդհանուր հաճախորդների մեջ ըստ ապահովագրական դասերի (*World insurance report 2021, Capgemini, p. 10, 2021*)

ՀՀ ապահովագրական ոլորտը կարող է հետևել ՀՀ ֆինանսական ոլորտի օրինակին, որտեղ տեխնոլոգիական նորարարություններն համեմատաբար ավելի մասսայական են: Ֆինանսաբանկային համակարգն այս առիթով բավականին դրական աճ է գրանցել: Այն կարողացել է ստեղծել հարմարավետություն, առաջարկել անհատականացված ծառայություններ և ժողովրդավարանալ՝ հասանելի լինելով հասարակության լայն շրջանակներին: Մինչդեռ ՀՀ ապահովագրական շուկան այս նպատակով լուրջ քայլեր դեռևս չի ձեռնարկել: Այստեղ, գործում է «եթե չի փչանում, պետք էլ չէ նորոգել» (անգլ.՝ if it ain't broke, don't fix it) սկզբունքը:

Զնայած «ԱՊԳԱ» ապահովագրական դասի մեծ մասնաբաժնին՝ այն ընդհանրապես անհատականացված չէ: Հաշվի են առնվում միայն ավտոմեքենայի տեխնիկական բնութագրիչները, իսկ վարորդի «անհատականացման» գործընթացը սահմանափակվում է «Բոնուս-Մալուս» համակարգի ներդրմամբ: Հաշվի չի առնվում վարորդի տարիքը, փորձը կամ վարելու սովորությունները, օրինակ՝ վարած տարածությունը, գիշերով կամ ցերեկով վարելը, արագության հանկարծակի փոփոխությունը, հաճախակի կամ հանկարծակի արգելակումը, արագացման հանկարծակիությունը, կանգառ և կայանում կատարելու հաճախակիությունը, շրջադարձ

կատարելու թեքությունը և խորությունը, դեկին հեռախոսի օգտագործման հաճախակիությունը և այլ նմանատիպ մետատվյալներ:

Շարունակելով ՀՀ ապահովագրական շուկայի առանձնահատկությունները ներկայացնել, պետք է նշենք, որ ՀՀ ընկերություններն ունեն միայն «ոչ կյանքի» ապահովագրություն իրականացնելու լիցենզիա՝ համաձայն գործող ապահովագրական օրենքների, նույն ընկերությունն իրավունք չունի միաժամանակ իրականացնել «ոչ կյանքի» և «կյանքի» ապահովագրություն [9]: Վերջինս ապահովագրավճարների մուծման դիմաց ապահովագրողների կողմից երաշխիքի տրամադրում է: Այն է՝ վճարել ապահովագրի կամ նրա կողմից նշված անձին դրամական գումար՝ ապահովագրական գումար, ապահովագրված անձի մահվան կամ որոշակի տարիքի հասնելու դեպքում:

Հաշվի առնելով ՀՀ բնակչության սոցիալ-տնտեսական վիճակը, ինչպես նաև ՀՀ-ում աղքատությունը բարձր մակարդակը, բնակչության մեծը մասը պարտադրված է օգտվում ապահովագրությունից, և փոքր մաս է կազմում կամավոր ապահովագրությունը: Սակայն հենց այս գործոնների պատճառով և տեխնոլոգիական լուծումների շնորհիվ է, որ ապահովագրական ոլորտում մեծ տեմպերով զարգացում է ապրում միկրոապահովագրությունը կամ P2P ապահովագրությունը: Այն ռիսկերի բաշխման մոդելով ապահովագրություն է, որտեղ մի խումբ անհատներ միավորում են իրենց ապահովագրավճարները՝ միասին ռիսկից ապահովագրվելու նպատակով: Նմանատիպ ապահովագրությունը նաև այլ կերպ կոչում են սոցիալական ապահովագրություն: Նման կերպ ռիսկային խմբի տարբեր անհատներ միավորվում են՝ կիսելով ռիսկերը: Արդյունքում ցածր և բարձր ռիսկայնություն ունեցող անդամները վճարում են նույն գումարը: Այս մոդելը նախատեսված է ընտանիքի անդամների, ընկերների կամ միևնույն հետաքրքրություններ ունեցողների համար: Հենց այս սկզբունքով է աշխատում ամերիկյան ինշուրտեխ Oscar Health-ը: Այն ստեղծել է պլատֆորմ, որտեղ հաճախորդներն ու բժիշկները ուղղակի կապի մեջ են: Հենց հավելվածի միջոցով կարելի է նշանակել հանդիպում, ստանալ խորհրդատվություն: Համակարգը բժիշկներին հնարավորություն է տալիս նախքան հաճախորդին հանդիպելը ուսումնասիրել նրան բժշկական պատմությունը:

Պետք է ընդգծենք, որ ՀՀ-ն աշխարհի այն փոքրաթիվ երկրներից է, որը ներդրել է առողջապահական հաշվառման ազգային կենտրոնացված թվային համակարգ (Արմեդ): Այն առողջապահական տվյալների կառավարման միասնական համակարգ է, որտեղ մուտքագրվում և պահվում են բնակչի առողջությանը

վերաբերող ամբողջական տվյալներ: Դա հնարավորություն է տալիս բուժող բժշկին անհրաժեշտության դեպքում էլեկտրոնային եղանակով տեսնել պացիենտի առողջության պատմությունն ու նրա բուժման վերաբերյալ կայացնել իրազեկ որոշումներ: Հայկական ապահովագրական շուկայում այս ուղղությամբ բաց կա, և այն ընկերությունը, որը առաջինը քայլեր կձեռնարկի, հնարավորություն կստանա ձեռք բերելու համեմատական առավելություններ: Սա նաև հնարավորություն է տեխնոլոգիական ընկերությունների համար:

Կարևոր է նշել նաև մեկ այլ հաջողակ ինշուրտեխ ընկերության՝ Lemonade-ի օրինակը: Այն առաջարկում է կյանքի ապահովագրության ամսական սկսած 9 ԱՄՆ դոլարից: Այստեղ նույնպես գործում է Oscar Health-ի միկրոապահովագրության մոդելը: Նկատվում է նաև բիզնես մոդելի վերափոխում, այն է՝ գումար աշխատել ոչ թե հատուցումների մերժման, այլ ֆիքսված ապահովագրավճարների շնորհիվ: Lemonade-ը կարողացել է հասնել ծախսերի կրճատման առաջադեմ տեխնոլոգիական լուծումների միջոցով: Ընկերության հիմնադիր Դանիել Շիրիբերը նշում է. «ամեն անգամ, երբ ինձ ասում են, որ մեզ նոր Ֆինանսական վերլուծաբաններ են պետք, ես ճշտում եմ. արդյո՞ք մեզ պետք են նոր ֆինանսիստներ, թե՛ ծրագրավորողներ, և 10-ից 9-ի պատասխանը ծրագրավորողն է»: Տեխնոլոգիան ծախսերի կենտրոն չէ, այն հենց ընկերություն է: Կառավարչական գործընթացները կամ հաշվետվությունները կարող են կատարվել բոտերի, արհեստական բանականության միջոցով: Օրինակ՝ ընկերությունը Կալիֆորնիայում իր գործունեությունը սկսել և նույն կերպ շարունակում է իրականացնել առանց որևէ տեղացի աշխատողի: Ավելին, ընկերությունը կարողացել է ձևավորել բարեգործական կազմակերպության իմիջ: Օրինակ՝ Giveback ծառայության շնորհիվ այն ապահովագրիներին վերադարձնում է չօգտագործված ապահովագրավճարները, սակայն դրանք ոչ թե ուղղակիորեն անցնում են հաճախորդներին, այլ փոխանցվում են նրանց կողմից նախապես նշված շահույթ չհետապնդող, հասարակական ընկերություններին, հիմնադրամներին և նմանատիպ այլ հաստատություններին: Սա նաև ունի ապահովագրական ոլորտում հնարավոր խարդախության ռիսկերի նվազեցման նպատակ: Օրինակ՝ ընկերության կարգախոսներից է՝ «երբ խաբում ես, առաջին հերթին վնասում ես սեփական երեխայիդ դպրոցին»: Ընկերությունը նաև առաջարկում է ոչ թանկարժեք գույքի՝ բջջային հեռախոսի, տեսախցիկի, հեռուստացույցի, այլ՝ նույնիսկ տոստերի ապահովագրություն: Այն մեծ տարածում է գտնում հատկապես «Հ սերունդի» մոտ (2000 թվականից հետո ծնված):

## ԵԶՐԱԿԱՅՈՒԹՅՈՒՆ

Մեր կողմից իրականացված ուսումնասիրությունները թույլ են տալիս որ ՀՀ ապահովագրական ոլորտը այժմ է ընկնում թվայնացման, անհատականացման և ավտոմատացման ոչ բավարար մակարդակներով: Թեև բուն ֆինանսաբանկային ոլորտն այս առումով մեծ աճ է գրանցել, ՀՀ ապահովագրական ոլորտում նմանատիպ գործընթացներ գրեթե չեն նկատվում: Այնուամենայնիվ մեր կողմից ՀՀ-ում ինչուրտեխնորարարությունների ներդրման հնարավոր ուղղություններ են առանձնացվել հետևյալները՝

- **Ավտոապահովագրություն.** այս ոլորտում առաջնային խնդիր պետք է սահմանվի անհատականացումը՝ օգտագործելով տեխնատիկ տեխնոլոգիաներ:

- **Կյանքի ապահովագրություն.** հաշվի է առնվել ՀՀ բնակչության սոցիալ-տնտեսական վիճակը, իրավական կարգավորման նորմերը և ոլորտում մասնագիտացած ապահովագրական ընկերության բացակայությունը: Նման ընկերությունը պետք է գործի միկրոապահովագրությանը բնորոշ բիզնես մոդելով, այն է՝ ֆիքսված ապահովագրավճարներ և ռիսկերի բաժանում՝ սոցիալական ապահովագրության սկզբունքով:

- **Ոչ թանկարժեք գույքի ապահովագրություն.** այս տիպի ապահովագրության թիրախային հաճախորդները «Z սերունդի» ներկայացուցիչներն են: Ոլորտում մասնագիտացած ընկերությունը կարող է հմտանալ ոչ թանկարժեք գույքի ապահովագրության մեջ հետազայում անշարժ գույքի, թանկարժեք իրերի ապահովագրությամբ զբաղվելու տեսլականով: Գրավելով ներկա սերնդի (որը հետազայում կդառնա բնակչության առավել վճարունակ մասը) ուշադրությունը, կրթելով նրանց՝ ապահովագրական ընկերությունը կնպաստի ապահովագրական մշակույթի տարածմանը, ինչպես նաև կլուծի ապագա հաճախորդների ներգրավման խնդիրը:

Մեր կողմից մատնանշված հիմնախնդիրների լուծման և ոլորտի թվայնացման մակարդակի բարձրացման նպատակի իրագործման տեսանկյունից էական արդյունքներ կարող են ապահովել հետևյալները՝

- Ռիսկերի հաշվարկման և գնահատման գործող մեխանիզմների վերանայումը, որի դեպքում տեղ կգտնեն նաև այլընտրանքային աղբյուրներից տվյալները, որոշումները կլինեն հնարավորինս գիտահենք, ակտիվ կօգտագործվեն արհեստական բանականության և մեքենայացված ուսուցման լուծումները:

- Անհատականացման գործընթացի մեկնարկումը՝ օգտագործելով տեխնատիկ, կրեյի և նմանատիպ տեխնոլոգիաները: Այն կարելի է սկսել ՀՀ ապահովագրական շուկայի համար թիրախային համարվող «ԱՊՊԱ» ապահովագրական դասից:

- Սպառողի հարմարավետության վրա հիմնված մոդելին անցումը՝ վեր, մոբայլ հավելվածներ առաջարկելու ճանապարհով, որը սպառողներին հնարավորություն կտան կառավարել և վերահսկել իրենց ապահովագրական փաթեթները: Առաջակում ենք նաև ռոբո-օգնականների, չաթ-բոթերի կիրառումը, որոնք տեղեկատվություն տրամադրելուց զատ կկատարեն նաև բազմատեսակ գործարքներ:

### Օգտագործված գրականության ցանկ

1. [InsurTech Rising: A Profile of the InsurTech](#), p.5, 2018
2. **M. Bonner**, [What Is Insurtech? \(Article\)](#)
3. [ՀՀ ԿԲ](#) (վերջին անգամ դիտվել է 11.02.2023)
4. [ԱՊՊԱ ոլորտում կիրառվող ապահովագրավճարի վերաբերյալ հայտարարություն](#), Հայաստանի ավտոապահովագրողների բյուրո, 27.01.2022
5. [ՀՀ Թվայնացման Ռ-ազմավարության](#), 2021
6. [Հայաստանի ավտոապահովագրողների բյուրո](#)
7. Development Trends and Analysis of Structural Shifts of RA Agricultural Sector, Banber, ASUE, 2022, p. 77
8. [World insurance report 2021](#), Capgemini, p. 10, 2021
9. [Ապահովագրության և Ապահովագրական Գործունեության մասին ՀՀ օրենք](#), հոդված 39, կետ 4

Տճանա/Հանձնվել է՝ 10.02.2023  
Քրեզնչրոճանո/Գրախոսվել է՝ 16.02.2023  
Քրեյնո/Ընդունվել է՝ 19.02.2023