

Л.В. Нечипорук,

д.е.н., професор,

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого,

О.Г. Доброрез,

здобувач,

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

ВПЛИВ ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖЕВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ІННОВАЦІЙНІСТЬ СТРАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Закономірністю світового суспільно-економічного розвитку є глобалізація, яку розглядають як єдність двох процесів: глобалізації ринків (ресурсів, товарів та послуг) та глобалізації економічних форм (тобто формування транснаціональних операторів, збільшення організаційних структур економіки, утворення глобальних мереж).

Мережева економіка (*networked economy*) – це відносно нове поняття, з змістом якого науковці продовжують визначатися. По-перше, мережева економіка – це якісно нова форма економічного порядку, яка починає витісняти ієрархічні та ринкові форми з обслуговування економічних відносин у суспільстві. По-друге, мережева економіка – це діяльність, що здійснюється за допомогою електронних мереж.

Слід зауважити, що мережева економіка ґрунтується на виробництві та розподілі мережевих благ, корисність яких виявляється виключно через мережеві зв'язки, властивостями яких є: комплементарність, стандартність; мережеві зовнішні ефекти; ефекти пастки (*lock-in-effect*), економія на масштабі виробництва. М. Кастельс в роботі: «Становлення суспільства мережевих структур» виділяє різні *види мереж* (мережа глобальних фінансових потоків, мережа засобів масової інформації тощо) та формулює специфічний закон мережевих структур, відповідно до якого відстань (або інтенсивність і частота взаємодії) між двома точками (або соціальними станами) коротша, коли вони

обоє виступають в якості вузлів в тій чи іншій структурі, ніж тоді, коли вони не належать до однієї і тієї ж мережі [1].

Визначимо вплив властивостей мережевої економіки на страхову діяльність (табл. 1).

Таблиця 1

Вплив формування мережевої економіки на страхову діяльність

Властивості мережевої економіки	Зміст властивостей мережевої економіки	Вплив властивостей мережевої економіки на страхову діяльність
Комплементарність і стандартність	Значно розширюють можливості використання мережевого блага через взаємодію і комунікації учасників мережі.	Створюються агентські мережі страховиків, розгортаються різні моделі співпраці банків та страхових компаній (bancassurance). Відбувається стандартизація умов страхування, що пропонує агентська мережа певного страховика.
Зовнішні мережеві ефекти	З залученням кожного додаткового суб'єкта до мережі її цінність значно збільшується для інших учасників. За об'єднання маленьких локальних мереж в одну різко зростає їх цінність. Нарощування цінності та зростання мережі після досягнення нею критичної маси відбувається експоненціально (швидкість зростання величини пропорційна значенню самої величини).	Агентська мережа розширюється за рахунок відкриття ще нових відділень в різних регіонах. Чим більше регіональне покриття має страхова компанія, тим більшою є її ринкова вартість. Агентська мережа, яка має гідний страховий портфель, нарощує свою цінність та може стати об'єктом купівлі та продажу на страховому ринку.
Ефект пастки	Стандартність і комплементарність мережевих благ роблять залежними своїх споживачів від певного стандарту і мережі. У деяких випадках такий стан речей може призвести до того, що буде використано не найефективніший і не найкорисніший стандарт для даного споживача. Цей ефект сприяє розвитку мережі зсередини, тому що споживачі, які не можуть від неї відмовитися, починають її вдосконалювати і розвивати.	Можливості страхувальника щодо вибору прийнятної за якістю та вартістю (страховим тарифом) страховою послугою, що пропонується на добровільній основі можуть бути вкрай незначними, наприклад, через обмежену кількість акредитованих в банку страховиків, та намаганням самих банків диктувати їм власні умови щодо страхової послуги.
Економія на масштабі виробництва	Цей ефект діє також за виробництва ординарних благ, але у випадку з мережевими благами він виявляється набагато ефективніше: витрати на виробництво першої одиниці такого блага є значно вищими, ніж наступних.	Електронні та мережеві технології забезпечують те, що масштаби здійснення угод мають наднаціональний характер, а аквізційні витрати страховика та витрати копіювання інформації зводяться майже до нуля.

Отже, рівень розвитку та впровадження технологій, серед яких ІТ-системи та інформатизація бізнес-процесів на страховому ринку, впливають на стан засобів виробництва страхових послуг, що сприяють одержанню таких результатів: а) забезпечення конкурентоспроможності страхових компаній шляхом автоматизації діяльності, що досягається через оптимізацію управління бізнес-процесами та документообігом; б) поява нових страхових продуктів, що стає можливим через: перспективи проектування та тестування нових продуктів; перспективи інтеграції з другими компонентами (калькуляторами, модулями перестраховання); розробкою продуктів на основі заздалегідь підготовлених сегментів; в) задуми опрацювання цінової політики та моніторинг прибутковості продуктів щодо каналів розповсюдження, а також забезпечення прямого доступу клієнтів до даних по полісах та збитках (Call-центр, Інтернет, WAP, СМС), що впливає на ефективність продажів та сприяє оптимізації комісійної винагороди; г) автоматизація процесів андеррайтингу з забезпеченням функцій: збору даних про об'єкт страхування з різних джерел, безперервний андеррайтинг з урахуванням всіх користувачів (агентів, брокерів, андеррайтерів, перестраховиків) [2] (табл. 2).

Таблиця 2

Інноваційність страхової діяльності в умовах формування мережевої економіки

Страхова діяльність	Об'єкт інновацій / Вид інновацій	Зміст інновацій
Створення продукту (послуги)	Страховий продукт (послуга)/ Продуктова	Розробка інноваційних страхових продуктів та послуг
Супровід страхового продукту (послуги)	Система просування страхового продукту (страхової послуги)/ Процесна інновація	Розробка інноваційних технологій супроводу страхового продукту (послуги): автоматизація шляхом впровадження інформаційних технологій, франчайзинг
Розвиток каналів збуту страхового продукту(послуги)	Система збуту страхового продукту (страхової послуги)/ Продуктова/процесна	Онлайн-продажі, створення нових каналів збуту страхових послуг шляхом впровадження інноваційних методів страхового маркетингу (Call-центр, Інтернет, WAP, СМС, Skype, використання соціальних мереж Facebook та ін.)
Організаційно-управлінська діяльність компанії	Організаційно-управлінська діяльність компанії / Процесна	Інноваційні методи організації та управління бізнес-процесами на основі автоматизації (Digital стратегії в страхуванні)

Список використаної літератури

1. Кастельс М. Становление общества сетевых структур [Электронный ресурс]: – Режим доступа з: <http://www.archipelag.ru>.
2. Янчевски М. Использование современных ИТ-решений в деятельности страховых агентов и посредников [Электронный ресурс] / Марьюш Янчевски // Фориншурер: интернет-журн. про страхование. – 2009. – 19 окт. – Режим доступа: <http://forinsurer.com/public/09/10/19/3951>.

УДК 368

В.В. Нікіфоренко,

студент IV курсу ФЕФ,

спеціальність «Фінанси і кредит»,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»,

А.В. Ільсько,

студент IV курсу ФЕФ,

спеціальність «Фінанси і кредит»,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»,

науковий керівник: О.О. Гаманкова,

д.е.н., професор, завідувач кафедри страхування,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»

УКРАЇНСЬКИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД КІБЕР-СТРАХУВАННЯ

Нині майже неможливо уявити своє життя без ПК, смартфонів, планшетів, ноутбуків, тощо. Всі ці пристрої обов'язково мають вихід в Інтернет, що несе в собі не тільки можливості, але й загрози. Завдяки Інтернету користувачі мають вільний доступ до великого обсягу необхідної інформації.