

ТЕХНОЛОГІЇ
МЕНЕДЖМЕНТУ
І МАРКЕТИНГУ



TECHNOLOGIES
OF MANAGEMENT
AND MARKETING

УДК 338
JEL Classification A1

Братюк Віра
к.е.н., доцент кафедри фінансів
Мукачівський державний університет
м. Мукачево, Україна
E-mail: virbrat@ukr.net

РОЗВИТОК СТРАХОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ

Анотація

Вступ. Страхування, як сектор національної економіки та сфера підприємницької діяльності є комплексним інструментом захисту інтересів держави, національного господарства та суспільства в цілому. У статті досліджені напрями розвитку страхових організацій та страхового ринку на основі інновацій.

Методи. В процесі дослідження використані методи теоретичного узагальнення, економіко-статистичний, графічний, порівняльний.

Результати. Надано порівняльний аналіз процесів розвитку страхування в зарубіжних країнах. Створено класифікацію напрямів інновацій у страхуванні та модель розвитку страховиків на засадах інновацій. Запропоновано впровадження на страховому ринку Інтернет–страхування та розвиток інноваційної діяльності страховими організаціями на основі інформаційних технологій.

Перспективи. Визначено, що ключовою метою розвитку страхової організації на основі інновацій є відновлення та розвиток конкурентоспроможності. Встановлено, що фахові компетенції та управління інноваціями є ключовими чинниками підтримки ефективності інноваційної діяльності в страхуванні. Визначено, що Інтернет-страхування є системою організаційно-економічних відносин, яка включає сукупність форм та методів взаємодії страхувальника, страховика й учасників страхового ринку, котрі націлені на задоволення страхових потреб страхувальника на основі інновацій у сфері інформаційних технологій.

Отриманий результат співвідноситься з дослідженнями в межах класичних теорій та результатами сучасних досліджень чинників розвитку на основі інновацій.

Ключові слова: страхування, ризику, розвиток, інновації, порівняльний аналіз, класифікація, модель розвитку, конкурентоспроможність, інформаційні технології.

Вступ.

Страхування, як сектор національної економіки та сфера підприємницької діяльності є комплексним інструментом захисту інтересів держави, національного господарства та суспільства в цілому. Розвиток страхування підвищує інвестиційний потенціал, формує умови для економічного зростання країни, забезпечує стратегію стабілізації економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Нині в умовах мінливості ринкового середовища й суспільного виробництва характерним є

наявність різноманітних ризиків і загроз, де страхування надає можливість скоротити втрати при настанні страхових випадків. Види та сфери підприємницької діяльності постійно пов'язані з використанням страхових послуг, які можуть забезпечити підприємцям страхові гарантії при страхуванні ризиків.

Аналіз останніх публікацій виявив закономірності, згідно з якими одночасно з упровадженням та розвитком нових сфер суспільної практики й видів підприємницької діяльності виникають ризики й загрози, розвиваються й упроваджуються нові види страхових послуг. Тому інновації та розвиток ринку страхування й страхових послуг є об'єктивною закономірністю. Серед досліджень та наукових публікацій доцільно виділити роботи щодо розвитку страхування на основі інноваційного підходу таких українських і зарубіжних дослідників як І. Алексеев, В.Д. Базилевич, О.П. Молчанова, М.О. Какорін, А.В. Козлов, Р.В. Пікус, Д. Расшивалов, Д.І. Дема, Л.В. Шірінян.

Наявність кола нових досліджень та публікацій виявили проблему недостатнього розвитку в Україні інноваційних напрямів страхування, які впливають на зростання конкурентоспроможності страхових організацій та розвиток страхового ринку в цілому.

Мета.

Метою дослідження визначено вдосконалення наукових та методичних засад розвитку видів страхування та страхового ринку України на основі інноваційних підходів.

Методологія дослідження.

В процесі дослідження використані методи теоретичного узагальнення, економіко-статистичний, графічний, порівняльний.

Результати.

Як відомо за [2; 11], страховий ринок є складовою частиною ринку національної економіки країни. Страховий ринок є елементом ринкової економіки, де суб'єктами взаємовідносин є:

- виробники та продавці страхових послуг (страховики);
- споживачі (страхувальники);
- посередники страхового ринку, між якими виникають фінансові (страхові) відносини з приводу купівлі-продажу третіми особами страхового продукту як товару, формування попиту та пропозиції на страховий продукт.

Таким чином, сучасний український страховий ринок функціонує, як ринок постачальників страхових послуг. Він формує потреби страхувальників на основі власних інтересів, дозволяє виявити тенденції розвитку страхових відносин, проблеми розвитку страхового бізнесу, визначити нові підходи в організації страхової діяльності.

Доцільно зауважити, що схожі процеси розвитку страхових ринків відбуваються в зарубіжних країнах з різною інтенсивністю. Наприклад, порівняльний аналіз обсягу страхових премій (\$ США) на одну людину в конкретних країнах за 2016 р. показано в табл. 1.

За даними табл. 1 громадянин України щорічно купляє різноманітні види страхових послуг на суму близько 65 дол. США проти 2667,6 дол. США, які витрачає громадянин США на послуги зі страхування, або 1589,3 дол. США, які щорічно витрачає громадянин Німеччини. За даними ЛСОУ (Ліга страхових організацій України) [15] Україна займає останнє місце в Європі за обсягом страхових премій на одну особу протягом року (65 дол. США). При цьому, в Нідерландах показник обсягу страхових премій складає майже 5,0 тис. дол. США на одну особу щорічно.

Таким чином, в українських страхувальників, з одного боку, недостатньо мотивована потреба на придбання громадянами страхового захисту здоров'я, майна, підприємницької діяльності при настанні страхових випадків, а, з іншого боку, існуючі на страховому ринку страхові продукти не в повній мірі відображають проблеми суспільної практики та виробничої діяльності, неспроможні задовольнити потреби потенційних страхувальників. Отже, на думку автора, доцільно розглянути

можливості застосування нових напрямів і підходів у страховій діяльності, які забезпечать розвиток страхового ринку й нових видів страхування.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз обсягу страхової премії з розрахунку на одну особу (\$ США) за 2016 р.*

Країна	Обсяг/особа, \$ США	У тому числі страхування життя
Швейцарія	2923,1	1230,8
США	2667,6	1510,8
Японія	2476,8	773,5
Великобританія	1869,4	727,0
Франція	1669,5	838,4
Німеччина	1589,3	905,8
Швеція	1436,4	749,0
Іспанія	532,3	351,5
Україна	65**	25**

* Джерело: опрацьовано та узагальнено автором за аналізом [16; 17].

** Джерело: за даними ЛСОУ [15].

Як відомо за [5], інноваційні підходи сприяють розширенню масштабів підприємницької діяльності. Внаслідок цього виникає тенденція до розвитку розробок і впровадження інновацій. Розширення сфери й видів страхових послуг приводить до створення умов для формування потреби в нових страхових продуктах. Такий підхід повинен покращити економічні показники діяльності страхових організацій і ринку страхування в Україні, створити додаткові умови захисту здоров'я громадян та безпечного ведення бізнесу.

Зауважимо, що за аналізом літератури [5; 9] інновації в страхуванні доцільно класифікувати за різноманітними ознаками з урахуванням основних напрямів страхової діяльності конкретної страхової організації. Серед таких напрямів виділяються такі, як створення та супроводження страхового продукту, пошук та розвиток каналів збуту страхових послуг, організаційна діяльність й управління страхуванням, взаємодія страхових організацій на ринку із зовнішнім оточенням. Класифікація напрямів інновацій у страховій діяльності подана в табл. 2.

Таблиця 2

Класифікація й характеристика інновацій у страховій діяльності*

Напрямок діяльності	Об'єкт інновації	Вид інновацій	Характеристика інновації
Створення страхового продукту	Страховий продукт	Продуктові та виробничі	Розробка та впровадження нових страхових продуктів, послуг
Супровід страхового продукту	Процеси супроводу страхового продукту	Продуктові та технологічні	Зміна або вдосконалення технології, процесу супроводу продукту на основі автоматизації процесів, або на основі впровадження інформаційних технологій
Розвиток каналів збуту страхових послуг	Система просування страхових послуг	Продуктові та торговельні	Створення нових каналів продажу страхових послуг шляхом залучення нових аналітичних і маркетингових методів аналізу страхового ринку
Організаційно-управлінська діяльність	Організаційно-управлінські процеси	Процесів та організаційні	Використання нових методів організації й управління страховою організацією, впровадження інформаційних технологій для оптимізації управління бізнес-процесами
Взаємодія із зовнішнім оточенням	Процеси взаємодії	Процесів, організаційні, технологічні	Використання нових методів та технологій, націлених на підвищення ефективності взаємодії із зовнішнім оточенням.

* Джерело: опрацьовано та узагальнено автором за аналізом [1; 5; 9; 13].

За аналізом літератури [4; 5; 9] інноваційний розвиток страхової діяльності зі створення та реалізації нових страхових продуктів можливий за різними напрямками:

- по-перше, страхова організація може бути зорієнтована на створення радикально нового страхового продукту у вітчизняній і зарубіжній практиці;
- по-друге, страхова організація може послідовно покращувати страховий продукт, який уже використовується на ринку шляхом надання йому нових споживчих якостей;
- по-третє, страхова організація за основу ідеї може використати страховий продукт, який не має попиту на конкретному ринку страхових послуг з метою його просування, наприклад, шляхом реклами страхового продукту як нового на цьому ринку.

Необхідно зауважити, що на українському страховому ринку протягом останніх років спостерігається тенденція, коли «новий» страховий продукт за сутністю являє собою видозмінений відомий продукт, якому надані нові несуттєві якості (псевдоіновації), необхідні лише для стимулювання потреб у потенційних страхувальників.

У той же час з [12] відомо, що впровадження інновацій, які націлені на супровід відомого страхового продукту передбачає підвищення якості обслуговування споживача страхових послуг як на етапах укладання страхової угоди, так і при виникненні страхового випадку. Це вимагає впровадження в практику нових інноваційних технологій. Наприклад, надання страхових послуг передбачає встановлення партнерських відносин між страховиком та страхувальником, які залежать від якісного супроводу страхового продукту впродовж його життєвого циклу. Досягти такої якості, яка необхідна для збереження партнерських відносин зі страхувальником, можна шляхом застосування інноваційного підходу до супроводу споживача під час дії страхової угоди. Наприклад, у великих страхових організаціях, котрі мають чисельну базу страхувальників, для забезпечення високої якості обслуговування, на думку автора, доцільно впровадити інновації на основі нових інформаційних технологій. Зокрема, інновацією стане CRM-технологія супроводу споживачів, яка являє собою комплекс методів управління процесами комплексного обслуговування споживачів [7].

Як показує практика, викладена в [4; 9] в умовах високої конкуренції на ринку страхових послуг найбільш необхідними є інновації, які націлені на розвиток нових каналів збуту. Для зростання обсягу продажів інноваційних страхових продуктів на етапі впровадження на ринку доцільно формувати нові інноваційні методи продажу продукту. На думку автора, перспективним напрямом є організація продажів через мережу Інтернет. З цією метою страховим організаціям необхідно змінити й розвинути свої електронні сайти.

Для страхового ринку України представляють інтерес інновації, які націлені на зростання ефективності організаційно-управлінської діяльності страхових організацій та пов'язані із застосуванням нових методів організації страхового підприємництва. До таких інновацій, зокрема, можна віднести впровадження нової організаційної структури страхової організації, оптимізацію бізнес-процесів страхування тощо. У той же час при створенні моделі розвитку страхової організації на основі інноваційного підходу необхідно враховувати чинники зовнішньої дії, цілі, завдання, критерії й показники оцінки, чинники інноваційної діяльності, як показано на рис. 1.

Зауважимо, що згідно рис. 1 головною метою розвитку страхової компанії на основі інноваційного підходу доцільно визначити відновлення, збереження та розвиток конкурентоспроможності. Відповідно завданнями організації, яка діє в умовах інноваційного підходу, доцільно вважати створення умов для ефективної інноваційної діяльності, розвиток інноваційного потенціалу та заходи зі зниження інноваційних ризиків. Також доцільно звернути увагу на те, що при здійсненні інноваційної діяльності на фінансових ринках, у реальному секторі економіки та в соціальних страхових програмах страхова організація знаходиться під впливом внутрішніх чинників, зокрема, інноваційних ризиків, потенціалу, активності та чинників зовнішнього оточення прямої й непрямої дії. До чинників непрямої дії доцільно віднести такі, як політичні, правові, макроекономічні, соціальні, екологічні, технологічні та інші. До чинників прямої дії за аналізом літератури [3; 14]

відносять регуляторний вплив держави, ринковий вплив інвестиційних фондів, фінансових та фондових ринків, а також вплив перестраховальників.

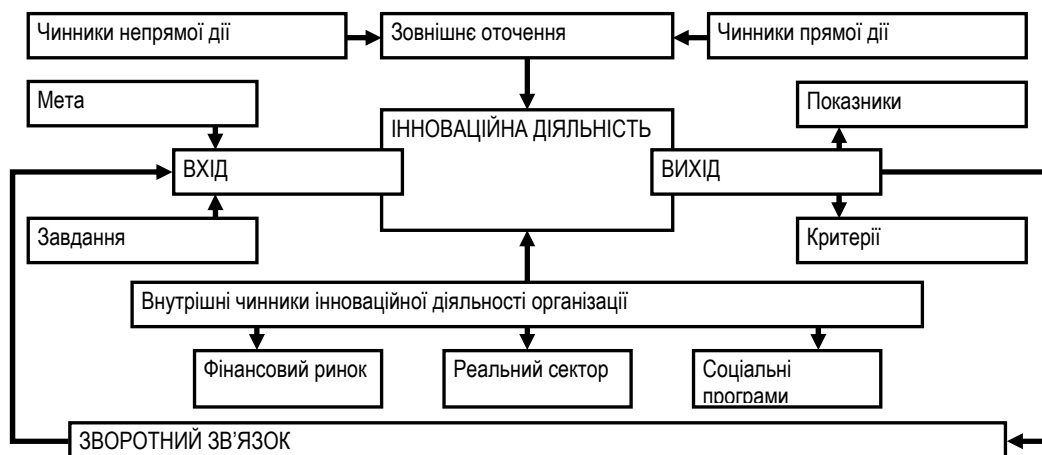


Рис. 1. Модель розвитку страхової організації на основі інноваційного підходу*

*Джерело: розробка автора

Результат інноваційної діяльності страхової компанії можливо оцінити за такими показниками, як вплив на бізнес-клімат та сталість у реальному секторі економіки, на страхові гарантії в соціальній сфері, дохід, приріст активів, капіталу та резервних фондів страхової організації. Очевидно, що основними критеріями, від яких залежить результат інноваційної діяльності страхової компанії доцільно вважати вдалий вибір пріоритетних напрямів та стратегії інноваційної діяльності. У той же час зазначимо, що зворотний зв'язок результату інноваційної діяльності страхової організації доцільно формувати на основі постійного моніторингу фінансового, інноваційного, маркетингового підрозділів та управління організації.

Як відомо, за [5; 9] застосування інновацій дозволяє покращити ефективність діяльності, врахувати особливості ринку, які, у свою чергу, дозволяють покращити якість організації бізнесу. Таким чином, інновації в страховій діяльності є необхідною умовою розвитку як страхової компанії, так і страхового ринку України в цілому. На думку автора, інновації в страховій діяльності українських страховиків, перш за все, доцільно націлити на зростання цінності страхових продуктів та послуг, на досягнення якісно нових корисних властивостей страхових продуктів, які можуть більш повно задовольнити потреби страхувальників як споживачів страхових послуг. Крім того, інновації мають бути зорієнтовані на скорочення термінів надання страхових послуг, зниження витрат страхування, підвищення прибутковості страхових організацій, розширення масштабів та видів підприємницької діяльності в страхуванні.

Такий підхід, на думку автора, вимагає зосередити увагу на тому, що інновації в страхуванні ґрунтуються на методологічних засадах, які, за аналізом літератури [3; 5] враховують властивості й функції інновацій, закони і закономірності інноваційних процесів, специфіку управління інноваційною діяльністю. Зокрема, інноваційна ідея в страхуванні припускає можливість покращення результатів страхової діяльності. Проте, як свідчить практика, таке покращення стає можливим лише в умовах ефективного управління інноваційною діяльністю. Відповідно, компетенції та управління інноваціями є ключовими чинниками підтримки ефективності інноваційної діяльності в страхуванні. При цьому, управління інноваційною діяльністю в страхових організаціях повинне відповідати критеріям гнучкості та пристосовання до конкретних умов страхової діяльності.

Доцільно зауважити, що, як свідчить моніторинг діяльності страхових організацій, однією з проблем страхових послуг українських страховиків є непрозорість страхових угод та їх складність для розуміння споживачами. Відповідно, для потенційних страхувальників доступними та зрозумілими нині є експертні та незалежні оцінки страхових продуктів та страхової діяльності страховиків. При цьому, значне місце має довіра потенційного страхувальника до джерела інформації, схожість ризиків та ситуацій, в якій він може опинитися. Таким чином, на думку автора, нині кращим способом залучення потенційних страхувальників, формування інформаційної політики страхової організації та маркетингових каналів просування є, з одного боку, забезпечення якості та сервісу страхових послуг, які задовольняють потреби страхувальників, а, з іншого боку, стимулювання впливу позитивних відгуків про доступні та зрозумілі споживачеві страхові продукти.

Необхідно також зазначити, що за аналізом літератури [6; 7] нині використання нових інформаційних технологій, зокрема, програмних засобів Інтернету може значно знизити витрати страховиків унаслідок зменшення кількості страхових посередників [10], а також прискорення процесів оцінки страхового ризику та укладення страхової угоди. Крім того, цей підхід надає можливість оформлення страховиком угоди перестраховання ризику шляхом проведення безконтактних переговорів та обміну електронними документами з цифровим підписом.

Таким чином, оптимізація бізнес-процесів страхової організації на основі інновацій у сфері інформаційних технологій шляхом упровадження Інтернет-страхування може автоматизувати процес та істотно скоротити термін страхування. У цьому відношенні Інтернет-страхування, на думку автора, доцільно визначити як систему організаційно-економічних відносин, яка включає сукупність форм і методів взаємодії страхувальника, страховика та інших учасників страхового ринку, котрі націлені на задоволення потреб страхувальника в страховому захисті від ризиків на основі впровадження інновацій у сфері інформаційних технологій.

Світова практика [8; 9] показує, що в результаті впровадження інновацій з продажу полісів страхування через Інтернет страховики знижують витрати на 9-12%. Такий ефект досягається за рахунок зниження трансакційних витрат у результаті спрощення процедури страхування й економії на винагороді за послуги страхових посередників. Це призводить до зниження ціни страхового продукту, зростання прибутку страхових фондів та конкурентоспроможності страховика. На думку автора, економія також може досягатися за рахунок низьких витрат Інтернет-магазинів, а також зниження терміну на організацію та здійснення продажів страхових полісів. Отже, такий інноваційний підхід українським страховикам доцільно впровадити на страховому ринку України, що має призвести до зростання попиту на страхові продукти.

Аналіз моніторингу бар'єрів входу на ринок Інтернет-страхування в Україні свідчить, що крупні страхові організації вже нині можуть формувати такий ринок, проте їх керівники вважають, що інвестиції в розвиток цього сегменту ринку мають значний термін окупності. Таким чином, подальше накопичення досвіду у сфері Інтернет-страхування та впровадження інновацій у цьому сегменті значно спростить доступ на ринок страхування будь-якої української страхової компанії.

Висновки і перспективи.

Доведено, що одночасно з розвитком сфер суспільної практики та видів підприємництва впроваджуються нові види страхових послуг. Встановлено, що на страховому ринку України спостерігається тенденція, за якої «новий» страховий продукт є видозмінений на основі псевдоінновацій відомий продукт.

Запропоновано крупним страховим організаціям для забезпечення якості обслуговування впровадити інновації на основі CRM-технології супроводу споживачів. Визначено, що ключовою метою розвитку страхової організації на основі інновацій є відновлення та розвиток конкурентоспроможності.

Встановлено, що фахові компетенції та управління інноваціями є ключовими чинниками підтримки ефективності інноваційної діяльності в страхуванні. Визначено, що Інтернет-страхування

є системою організаційно-економічних відносин, яка включає сукупність форм та методів взаємодії страхувальника, страховика й учасників страхового ринку, котрі націлені на задоволення страхових потреб страхувальника на основі інновацій у сфері інформаційних технологій. Запропоноване автором впровадження в Україні Інтернет-страхування може істотно заощадити час, витрати та автоматизувати процес страхування.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» ВВР України. № 36. 2002. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Алексєєв І., Кондрат І., Ярошевич Н. Страхові послуги: навч. посібник. Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2006. 203 с.
3. Базилевич В.Д. Страхування: Підручник. Київ : Знання, 2008. 1019 с.
4. Залетов А. Страховой рынок: новые вызовы и возможности. *Insurance*. Топ. № 4 (44). 2013. С. 2-7.
5. Абрамешин А.Е., Воронина Т.П., Молчанова О.П., Тихонова Е.А., Шленов Ю.В. Инновационный менеджмент: учеб. для вузов; под ред. д-ра экон. наук, проф. О.П. Молчановой. Москва : Вита-Пресс, 2010. 272 с.
6. Йолкіна-Старк Л. Сучасні інформаційні технології в страховому бізнесі. *Фінансовий ринок України*. № 10. 2008. С.17-18.
7. Какорін М.О. Інформаційні технології, як фактор інновацій у глобальній фінансовій системі. *Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць*. № 5. 2008. С. 106-109.
8. Козлов А.В. Интернет-страхование в России. *Современные проблемы науки и образования*. Элект. науч. журн. № 4. 2010. URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=4515>
9. Пікус Р.В. Інновації в страхуванні: світовий досвід, напрямки розвитку в Україні. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. № 18. 2009. С. 135-140.
10. Расшивалов Д. Посередницькі послуги в страхуванні. *Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка*. Вип. 106. 2008. С. 35-37.
11. Страхование: экономика, организация, управление: Учеб. в 2-х т. ; под общ. ред. Г.В. Черновой. М.: ЗАО Изд-во «Экономика», 2010. Т1 786 с.; Т2. – 654 с.
12. Дема Д.І., Віленчук О.М., Дем'янюк І.В. Страхові послуги: навч. посібник ; за заг. ред. Д.І. Деми. [2-е вид.]. Київ: Алерта, 2013. 526 с.
13. Храмов В.В. Стратегический маркетинг - конкурентное преимущество страховщика. *Страховое дело*. № 6. 2005. С. 21-25.
14. Шірінян Л. В., Шірінян А.С. Мікрострахування в Україні: бути чи не бути? : монографія. Черкаси: Вид-во Чабаненко Ю., 2012. 208 с.
15. Ліга страхових організацій України (ЛСОУ). Новини страхування. URL: <http://uainsur.com/news/>
16. Direct gross insurance premiums, Insurance and Pensions: Key Tables from OECD. 2016. № 4. URL: http://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/insurance-and-pensions-key-tables-from-oecd_20755066
17. Total gross insurance premiums, Insurance and Pensions: Key Tables from OECD. 2017. № 1. URL: http://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/total-gross-insurance-premiums_20755066-table1

Статтю отримано: 18.04.2017 / Рецензування 16.05.2017 / Прийнято до друку: 25.05.2017

Vira Bratiuk

Ph.D. (in Economics), Associate Professor
Department of Finance
Mukachevo State University
Mukachevo, Ukraine
E-mail: virbrat@ukr.net

**DEVELOPMENT OF INSURANCE ORGANIZATIONS AND INSURANCE MARKET
OF UKRAINE ON BASIS OF INNOVATIVE APPROACHES**