

Методи. Методами дослідження при написанні статті були: порівняння (при дослідженні сутності господарського механізму), індукції (при формуванні висновків про проблеми у формуванні показників господарського механізму).

Результати. У процесі дослідження обґрунтовано необхідність формування показників господарського механізму підприємства. Запропоновано систему показників господарського механізму, що включає абсолютні та відносні показники. Ці показники характеризують економічний, адміністративний, нормативно-правової та соціально-психологічний механізми підприємства.

Ключові слова: господарський механізм, складові господарського механізму, показники господарського механізму.

Objective. The objective of the study is to substantiate the necessity of indicators formation describing management mechanism of an enterprise, and to develop a system of indicators for economic, administrative, legal and sociopsychological mechanisms.

Methods. The following research methods are applied in the article: the comparison (to study the essence of management mechanism), the induction (to make conclusions on the issues of indicators formation of management mechanism).

Results. The necessity of indicators formation describing management mechanism of an enterprise is substantiated during the research. The system of indicators for management mechanism including absolute and relative indicators is proposed. These indicators refer to the economic, administrative, legal and sociopsychological mechanisms of an enterprise.

Key words: management mechanism, constituents of management mechanism, management mechanism indicators.

Надійшла до редакції 23.11.2017

УДК 368 (477): 004.77 (045)

Неизвестная Е. В., Донецкий национальный университет экономики и торговли
канд. экон. наук, имени Михаила Туган-Барановского,
доцент г. Кривой Рог, Украина
e-mail: komarova5688@gmail.com

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СТРАХОВЫХ КОМПАНИЯХ УКРАИНЫ

UDC 368 (477): 004.77 (045)

Nieizviestna O., Donetsk National University of Economics and Trade
PhD in Economics named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
sciences, Krivoy Rog, Ukraine,
Associate Professor e-mail: komarova5688@gmail.com

STATE AND PERSPECTIVES OF USING ELECTRONIC TECHNOLOGIES IN UKRAINIAN INSURANCE COMPANIES

Цель. Целью статьи является рассмотрение перспектив функционирования страховых компаний и возможности предоставления ими страховых услуг в свете мощного развития новейших электронных технологий в сфере ведения бизнеса.

Методы. При подготовке статьи применялись общие и специальные методы научного исследования экономических процессов, в частности системного подхода, сравнения, группировки, детализации, обобщения, формализации, методы статистического анализа и др.

Результаты. Рассмотрены перспективы внедрения новейших электронных технологий в сферу страхового бизнеса. Осуществлён обзор последних изменений в традиционных каналах обслуживания клиентов в страховых компаниях и в предоставлении страховых ус-

© О. В. Неизвестна, 2017

луг, очерчены направления использования современных гаджетов в осуществлении страховых операций. Проанализированы Интернет-услуги отдельных крупнейших страховых компаний Украины. Раскрыта необходимость активной организации электронных площадок, освоения страховыми компаниями новых интерфейсов-платформ, технологий мессенджеров, технологии Big Data в свете современных тенденций развития мирового страхового бизнеса.

Ключевые слова: страховой бизнес, страхование, Интернет-страхование, технологии Big Data, технологии мессенджеров, электронная площадка.

Постановка проблемы. В настоящее время мы можем наблюдать новый подход к ведению страхового бизнеса, который основан на использовании электронных технологий. Именно они помогают сделать страхование более технологичным и понятным для потребителя. Ключевая роль при этом отводится сети Интернет. В результате её использования у каждой страховой компании появилась возможность иметь собственный сайт, возникли e-mail-маркетинг, контекстная реклама и лидогенерация (поиск потенциальных клиентов с определенными контактными данными). При помощи современных компьютерных и Интернет-технологий сократилось время обработки информации, появилась возможность провести комплексную автоматизацию деятельности, разработать механизмы дистанционного обслуживания клиентов и на этой основе предложить новый ассортимент услуг уже по электронному обращению страховых полисов. О перспективах роста электронного страхового бизнеса говорит и тот факт, что Украина по состоянию на март 2017 года, по данным European Internet Statistics, входит в первую десятку стран Европы по количеству пользователей Интернета — это около 19 099 692 человек, 43,4 % населения страны и 3,2 % пользователей Европы [1]. Таким образом, современные клиенты страховых компаний — это физические и юридические лица, в жизнь которых встроена мобильность, интерактивность и разнообразные электронные коммуникации. Вследствие этого страховщикам необходимо поменять походы к использованию каналов обслуживания и понять, что большинство клиентов ориентировано на электронные технологии. Именно поэтому особенную актуальность приобретают вопросы удержания рынков сбыта страховых услуг с помощью внедрения новейших электронных технологий, что обеспечит стабильный источник доходов и прибыли согласно нуждам и перспективам развития страховых компаний.

Анализ последних исследований и публикаций. Наличие и разнообразие разных научных работ, которые освещают вопрос развития и внедрения электронных технологий в сферу страхования, а также наличие критических точек зрения специалистов-практиков свидетельствуют о том, что очерченная проблема имеет определенный уровень актуальности и является вопросом первостепенной важности для развития современной страховой компании.

Исследованию данного вопроса уделяют свое внимание много ученых-экономистов, в частности Г. Тлуста, Н. Приказюк, О. Проскурович [2–4]. Указанные авторы соглашаются, что развитие компьютерных и телекоммуникационных технологий повышает эффективность как самих страховых услуг, так и каналов их продажи, значительно расширяет рынок и географию услуг, которыми может пользоваться клиент. Их научные работы стали основанием для исследования проблем и перспектив развития электронного страхового бизнеса.

Достаточное количество научных работ, в частности Г. Кулиной и Н. Николаевой [5; 6], посвящены вопросу влияния степени развития электронных технологий на формирование конкурентных преимуществ страховых компаний.

Высоко оценивая внос указанных авторов в решение теоретических и практических проблем организации процесса электронной коммерции в страховых компаниях, укажем, что помимо существующих исследований данной проблематики есть целый ряд аспектов, которые требуют дополнительного освещения, в частности вопрос использования инновационных технологий как инструментов электронной коммерции.

Целью статьи является рассмотрение перспектив функционирования страховых компаний и возможности предоставления ими страховых услуг в свете мощного развития новейших электронных технологий в сфере ведения бизнеса.

Изложение основного материала исследования. Интерес страховых компаний к электронным технологиям представлен возможностью организации страхового бизнеса на основе Интернет-технологий. Это создание виртуальных офисов страховых компаний, продажа страховых полисов и поддержка через Интернет действующих страховых договоров, создание порталов предоставления страховых услуг и т. д.

В связи с этим большую актуальность приобретает выбор канала взаимодействия с клиентом. Наиболее приемлемый вариант — это режим on-line. На начальном этапе такое взаимодействие предусматривает ознакомление с перечнем страховых услуг страховой компании, условиями страхования, формирование запроса на стоимость выбранных услуг или расчет таких услуг с помощью встроенного электронного калькулятора. После этого может последовать оформление договора в электронной форме, его печать и оплата при помощи платёжной банковской карты. Взаимодействие в режиме on-line с клиентом может предусматривать вызов агента страховой компании на дом или в офис, кроме того, клиент может получить встречное предложение посетить офис компании для заключения договора. При наличии действующих договорных отношений со страховщиком страхователь при помощи электронных технологий может продлевать действие договоров, урегулировать убытки и т. д.

В настоящее время лидером по возможностям Интернет-продаж страховых услуг является ЧАО «Страховая компания РЗУ Украина» (табл. 1). На сайте указанной компании в рубриках относительно всех страховых услуг клиентам предлагается опция «рассчитать и купить».

Таблица 1 — Перечень страховых услуг, которые можно приобрести on-line у ведущих страховых компаний Украины по состоянию на 01.09.2017 г. (составлено автором на основе [7–12])

Название страховой компании	Виды услуг, которые можно приобрести on-line
ЧАО «Страховая компания «УНИКА»	— страхование автогражданской ответственности; — КАСКО; — страхование «Зелёная карта»; — туристическое страхование
ЧАО «Страховая компания «ПРОВИДНА»	— страхование автогражданской ответственности; — КАСКО; — страхование «Зелёная карта»; — добровольное медицинское страхование; — страхование от несчастных случаев; — страхование имущества; — туристическое страхование
ЧАО «АСК «ИНГО Украина»	— КАСКО; — добровольное медицинское страхование; — страхование от несчастных случаев; — страхование имущества; — туристическое страхование
ПАО «Страховая компания «Универсальная»	— страхование автогражданской ответственности; — КАСКО
ЧАО «Страховая компания РЗУ Украина»	— страхование автогражданской ответственности; — страхование гражданско-правовой ответственности; — КАСКО; — страхование «Зелёная карта»; — добровольное медицинское страхование; — страхование от несчастных случаев; — страхование имущества; — туристическое страхование; — страхование жизни

Продолжение таблицы 1

Название страховой компании	Виды услуг, которые можно приобрести on-line
ЧАО «Страховая компания «АХА Страхование»	— страхование автогражданской ответственности; — страхование гражданско-правовой ответственности; — КАСКО; — страхование «Зелёная карта»; — туристическое страхование
НАСК «Оранта»	— страхование автогражданской ответственности; — страхование гражданско-правовой ответственности; — КАСКО

В этом аспекте достаточно актуальным является создание системы взаимодействия страховой компании с клиентами для решения проблемных вопросов или уточнения ситуаций возникновения страхового случая, информирования компании о выявлении фактов неприемлемого поведения, сомнительной или противозаконной практики сотрудников компании или посторонних лиц от лица компании и прочее. Речь идет о создании встроенного электронного калькулятора, опции «чат общения», наличии канала «горячей линии» (табл. 2).

Таблица 2 — Информация о наличии каналов взаимодействия с клиентами на веб-сайтах ведущих страховщиков Украины (составлено автором на основе [7–12])

Название страховой компании	Показатель		
	Опция «чат общения»	Канал «горячей линии»	Наличие встроенного электронного калькулятора
ЧАО «Страховая компания «УНИКА»	+	+	+
ЧАО «Страховая компания «ПРОВИДНА»	+	+	+
ЧАО «АСК «ИНГО Украина»	+	+	+
ПАО «Страховая компания «Универсальная»	-	+	+
ЧАО «Страховая компания PZU Украина»	-	+	+
ЧАО «Страховая компания «АХА Страхование»	-	+	+
НАСК «Оранта»	-	+	+

Как показывают данные табл. 2, не все представленные страховщики развивают на своих веб-сайтах опцию «чат общения». Мы можем предположить, что таким образом страховые компании экономят на необходимости содержания штата специально подготовленных для общения с клиентами сотрудников.

В контексте снижения своих издержек страховые компании предпочитают переводить клиентов на самообслуживание при выполнении простых операций. Преимущества самообслуживания очень хорошо видны. Это возможность предложить клиентам более удобный обмен информацией и управление отдельными процессами. Также такой принцип работы с клиентами разрешает предоставить им ощущение более активного участия, поскольку посетить «личный кабинет» на сайте страховой компании или через мобильное приложение можно в любое время, и это намного проще, чем прийти в офис, а, иногда, даже позвонить по телефону. В этой связи разработка интерфейса пользователя является самой главной задачей для страховых компаний.

Учитывая результаты проведенного исследования, считаем рациональным выделение электронных технологий, которые необходимы сейчас для внедрения страховщиками:

1. Использование искусственного интеллекта для поддержки клиентов в чате. Электронный функционал (можно сказать, робот, программа) поможет ускорить под-

готовку ответов на простые вопросы, как следствие, увеличить эффективность работы страховых агентов и консультантов в офисах страховых компаний.

2. Использование электронного функционала для независимого самостоятельного оценивания каждого потенциального клиента и выявления клиентов, которые являются ненадежными — фирмы-однодневки, неплатежеспособные, в отношении которых возбуждены уголовные дела и т. д.

3. Использование технологии Big Data, которая разрешает удаленно управлять взаимоотношениями страховых компаний с клиентами с помощью массовой персонализации. Исследуя цифровые транзакции (историю покупок, постов в социальных сетях (например, профиль водителя в Фейсбуке) и т. д.), такая технология может предложить интуитивное обслуживание, которое будет актуальным для клиента в данный момент времени. «Машина продаж» страховой компании на основе анализа профиля клиента сможет формировать стратегию продаж с точки зрения продвижения страховых услуг. Появится возможность решить все вопросы клиента за один визит в офис или одну коммуникацию, объединить функции в «одно окно», предоставлять клиенту изначально подготовленные предложения, составленные в соответствии с поведенческой моделью клиента.

4. Использование технологий мессенджеров, то есть приложений, созданных для быстрого обмена сообщениями между пользователями смартфонов через Интернет, таких как Telegram, WhatsApp. Открытый API мессенджеров даёт возможность создавать боты — то есть виртуальных пользователей, способных реагировать на сообщения в мессенджере. Бот может выполнять почти любой алгоритм, а информацию брать из любого источника. По сути, можно построить сайт страховой компании внутри телефона клиента, зарегистрированного в мессенджере. Через такого бота можно рассылать новости компании, спецпредложения по страхованию, показывать ближайшие офисы страховой компании, давать информацию о пробках на дорогах и т. д.

5. Активная организация электронных площадок. Электронная площадка — поддержка продаж определенных страховых продуктов при помощи не специализирующихся на страховании структур — туристических агентств, автосалонов и т. д. Страховые взносы при этом передаются посредниками, а страховой полис доставляет курьер страховщика или посредника.

6. Активное создание инфраструктурных площадок для организации взаимодействия с перестраховщиками и представителями инфраструктуры страхового рынка.

Однако существуют барьеры, которые тормозят использование электронных технологий в страховом бизнесе. Так, главная особенность Интернет-страхования в системе on-line заключается в необходимости максимальной стандартизации страховых полисов, поэтому могут развиваться только определенные виды электронного страхования, в которых можно применить автоматизированный андеррайтинг (т. е. где нет необходимости в осмотре объектов страхования и их оценивании).

Кроме того, выдача страховых документов в on-line режиме в сети Интернет не означает заключения договора страхования. Для признания договора страхования действительным распечатки страхователя должны быть подписаны страховщиком. В связи с этим для дальнейшего развития Интернет-страхования целесообразным является внесение соответствующих изменений в Гражданский кодекс Украины с указанием того, что договор страхования может быть заключен путем составления документа, в том числе путем составления единого электронного документа, подписанного сторонами с помощью электронной цифровой подписи.

Выводы. Таким образом, в страховании, как и в любой сфере бизнеса, идет непрерывный поиск возможностей сохранения и удержания рынков сбыта, методов повышения рентабельности. В настоящее время наиболее популярными являются различные решения, разрабатываемые на основе современных электронных технологий, в том числе за счёт возможностей сети Интернет. Проведенный анализ состояния предоставления страховых Интернет-услуг в Украине свидетельствует, что страховщики Украины начали

активно внедряють можливості Інтернету в свою практику надання страхових послуг. По думці автора статті, подальше розвиток електронних технологій страхування в Україні буде здійснюватися в двох основних напрямках: во-первых, шляхом розширення функціональних можливостей існуючих пропозицій, впровадження перспективних сервісів; і во-вторых, шляхом освоєння нових інтерфейс-платформ. Подальші дослідження можуть бути присвячені створенню умов для розробки і впровадження на страховому ринку вітчизняних інноваційних страхових програм, які дозволять використовувати не тільки форму електронного поліса, а також і інші зручні і ефективні методи здійснення страхування і його контролю.

Список літератури/References

1. European Internet Statistics. Internet World Stats. Available at : <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm#europe>.

2. Тлуста, Г. Зарубіжний досвід функціонування та розвитку Інтернет-страхування / Г. Тлуста, В. Ерастов // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. — 2015. — № 3 (168). — С. 55–62.

Tlуста, H., Erastov, V. (2015). *Zarubizhnyi dosvid funktsionuvannya ta rozvytku Internet-strakhuvannya* [Foreign experience in the functioning and development of Internet insurance] *Visnyk Kyivskoho Natsionalnoho Universytetu Tarasa Shevchenko* [Bulletin of the Kyiv National Taras Shevchenko University], no. 3 (168), pp. 55–62.

3. Приказюк, Н. В. Нові можливості для розвитку страхової системи України / Н. В. Приказюк, Т. П. Моташко // Український журнал прикладної економіки. — 2016. — Том 1. — № 4. — С. 177–192.

Prykazyuk, N. V., Motashko, T. P. (2016). *Novi mozhlyvosti dlya rozvytku strakhovoi systemy Ukrainy* [New opportunities for the development of the insurance system of Ukraine]. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky* [Ukrainian Journal of Applied Economics], vol. 1, no. 4, pp. 177–192.

4. Проскурович, О. В. Сучасні реалії страхового бізнесу та застосування інформаційних технологій в ньому / О. В. Проскурович, А. С. Петриненко // Вісник Хмельницького національного університету. — 2014. — № 4. — Том 2. — С. 240–244.

Proskurovych, O. V., Petrynenko, A. S. (2014). *Suchasni realii strakhovoho biznesu ta zastosuvannya informatsiinykh tekhnolohii v niomu* [Modern realities of insurance business and application of information technologies in it]. *Visnyk Khmelnytskoho Natsionalnoho universytetu* [Bulletin of the Khmelnytsky National University], no.4, vol. 2, p. 240–244.

5. Куліна, Г. Інноваційні технології дистрибуції страхових продуктів / Г. Куліна // Світ фінансів. — 2016. — № 1. — С. 215–226.

Kulina, H. (2016). *Inovatsiini tekhnolohii dystributsii strakhovykh produktiv* [Innovative Technologies of Distribution of Insurance Products]. *Svit Finansiv* [World of Finances], no. 1, pp. 215–226.

6. Николаева, Н. А. Конкурентные преимущества страховых услуг [Электронный ресурс] / Н. А. Николаева. — Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnye-preimuschestva-strahovyh-uslug>.

Nikolaeva, N. A. *Konkurentnyye preimushchestva strakhovykh uslug* [Competitive Advantages of Insurance Services]. Available at : <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnye-preimuschestva-strahovyh-uslug>.

7. Частное акционерное общество «Страховая компания "АХА Страхование"» [Электронный ресурс] // Официальная страница : — Режим доступа : <http://aha-ukraine.com/company/aha-in-ukraine>.

Private Joint-Stock Company «Insurance Company "AKhA Insurance"». Official Page. Available at : <http://aha-ukraine.com/company/aha-in-ukraine/>.

8. Частное акционерное общество «Страховая Компания «ПРОВИДНА»» [Электронный ресурс] // Официальная страница, — Режим доступа : <http://www.providna.ua>.

Private Joint-Stock Company «Insurance Company «PROVIDNA». Official Page. Available at : <http://www.providna.ua>.

9. Публичное акционерное общество «Страховая Компания «Универсальная» [Электронный ресурс] // Официальная страница, — Режим доступа : <http://universalna.com>.

Private Joint-Stock Company «Insurance Company «Universalnaya». Official Page. Available at : <http://universalna.com>.

10. Частное акционерное общество «АСК "ИНГО Украина"» [Электронный ресурс] // Официальная страница. — Режим доступа : <http://ingo.ua/>.

Private Joint-Stock Company «ASK "INGO Ukraina"». Official Page. Available at : <http://ingo.ua>.

11. Частное акционерное общество «Страховая Компания «УНИКА» [Электронный ресурс] // Официальная страница. — Режим доступа : <https://unika.ua>.

Private Joint-Stock Company «Insurance Company «UNICA». Official Page. — Available at : <https://unika.ua>.

12. Частное акционерное общество «Страховая компания PZU Украина» [Электронный ресурс] // Официальная страница. — Режим доступа : <http://www.pzu.com.ua>.

Private Joint-Stock Company «Insurance Company PZU Ukraina». Official Page. Available at : <http://www.pzu.com.ua>.

Мета. Метою статті є розгляд перспектив функціонування страхових компаній і можливості надання ними страхових послуг у світлі потужного розвитку новітніх електронних технологій у сфері ведення бізнесу.

Методи. При підготовці статті застосовувалися загальні й спеціальні методи наукового дослідження економічних процесів, зокрема системного підходу, порівняння, угруповання, деталізації, узагальнення, формалізації, методи статистичного аналізу та ін.

Результати. Розглянуто перспективи впровадження новітніх електронних технологій у сферу страхового бізнесу. Здійснено огляд останніх змін у традиційних каналах обслуговування клієнтів у страхових компаніях і в наданні страхових послуг, окреслено напрямки використання сучасних гаджетів у здійсненні страхових операцій. Проаналізовано Інтернет-послуги окремих найбільших страхових компаній України. Розкрито необхідність активної організації електронних площадок, освоєння страховими компаніями нових інтерфейс-платформ, технологій месенджерів, технології Big Data у світлі сучасних тенденцій розвитку світового страхового бізнесу.

Ключові слова: страховий бізнес, страхування, Інтернет-страхування, технології Big Data, технології месенджерів, електронна площадка.

Objective. The aim of this research is to consider the perspectives for the operation of insurance companies and the possibility of providing the insurance services by them in the light of the substantial development of the latest electronic technologies in the sphere of doing business.

Methods. During the preparation of the article the general and special methods of the scientific research of economic processes are used, in particular, the system approach, comparison, grouping, detailing, generalization, formalization, the methods of statistical analysis, etc.

Results. The perspectives of implementing the newest electronic technologies in the sphere of insurance business have been considered. The review of the latest changes of the traditional channels of servicing the customers in the insurance companies and providing the insurance service has been made, the directions of the usage of the modern gadgets in the implementation of insurance operations have been also outlined. The Internet services of individual largest Ukrainian insurance companies have been analyzed. The need for intensive organization of electronic platforms, the adoption by insurance companies of new interface platforms, messenger technologies, Big Data technology in the light of the current trends for the development of the global insurance business have been revealed.

Key words: insurance business, insurance, Internet insurance, Big Data technologies, messenger technologies, electronic platform.

Надійшла до редакції 10.11.2017