

*В. О. Заколюдажний,
аспірант, Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СТРАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*V. Zakolodiazhnyi,
postgraduate student, Taras Shevchenko National University of Kyiv*

CHARACTERISTICS OF CONTEMPORARY TENDENCIES OF INSURANCE BUSINESS INNOVATIVE DEVELOPMENT

У статті досліджуються інновації як фактор підвищення ефективності страхової діяльності. Виявлено та проаналізовано особливості інноваційного розвитку страхової діяльності в Україні з огляду на зарубіжний досвід у відповідній сфері та специфіку національного соціально-економічного розвитку. Особливу увагу в статті приділено висвітленню стану та перспектив використання Інтернет-ресурсів, нових технічних пристроїв, а також надання нових видів власне страхових послуг.

The article investigates innovation as a factor in increasing the efficiency of insurance. Discovered and analyzed the features of innovative development of insurance business in Ukraine because of the international experience in this area and the specific national socio-economic development. Particular attention is paid to the article highlighting the status and prospects of Internet resources, new technical devices as well as the provision of new own insurance.

Ключові слова: страхування, страховий ринок, інновації, інноваційний страховий продукт, Інтернет, міні-термінал.

Key words: insurance, insurance market, innovation, innovative insurance product, internet, mini terminal.

ВСТУП

Страховий ринок є складовим елементом економіки нашої країни і є відокремленою частиною ринкової економіки. Сучасний стан ринку страхування вимагає від страховиків підвищення стандартів роботи через впровадження інноваційних продуктів. Інноваційний підхід у вітчизняному страхуванні на сьогодні є безальтернативною умовою виживання страхового бізнесу в умовах відкритого міжнародного страхового ринку.

Актуальність теми статті обумовлена необхідністю пошуку та створення нових підходів для активізації діяльності страхової компанії на інноваційній основі. У теперішній час існує ряд проблемних питань, що стосуються діяльності страховика, пов'язаних з активізацією та впровадженням інноваційних продуктів у своїй діяльності.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Використання інноваційних технологій у діяльності страхових компаній досліджувалися Р.В. Кокшаровим, О.В. Охріменком, С.В. Зав'язовим та іншими науковця-

ми. Незважаючи на те, що теоретичним основам страхової діяльності присвячено чимало досліджень, але розвитку страхового бізнесу на інноваційній основі приділено поки недостатньо уваги. Саме інноваційний підхід дає змогу розширити масштаби і спектр надаваних страхових послуг, підвищити його ефективність і адресність.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою дослідження є визначення місця інновацій в страховій діяльності, особливостей інноваційного розвитку страхової компанії, та характеристика сучасних тенденцій інноваційного розвитку страхової діяльності.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Страховий бізнес та його розвиток тісно пов'язаний із рівнем соціально-економічного розвитку країни. В умовах економічного спаду в Україні, розвиток саме інноваційного бізнесу є одним із ключових факторів подолання стагнації та кризових проявів вітчизняної економіки.

Незважаючи на це, на сьогодні слід констатувати відсутність у чинному законодавстві визначення інноваційної діяльності, зокрема і у страхуванні. Поняття інновації та інноваційної діяльності широко використовуються сучасною наукою.

Залежно від сфери практичної діяльності, в якій ці поняття вживаються, вони розуміються по-різному. Це може бути і винахід абсолютно нового, і поліпшення вже існуючого продукту; інновація може мати відношення як до сфери інтелектуальної діяльності, так і до матеріального виробництва. Крім того, цим поняттям можуть визначатися інновації в соціально-політичній сфері.

Однак слід зазначити, що численні зусилля, що вживаються з метою уніфікації використання понять "інновація" та "інноваційна діяльність", на цей час ще не привели до єдиного розуміння їх сутності.

Залежно від об'єкта та предмета дослідження інновації розглядаються з самих різних сторін: як процес, як система, як зміна, як результат. З цієї причини одні автори підкреслюють творчу складову інновації, інші — виробничу, треті — споживчу.

Інновацію можна визначити і як цінність, яка нині, в цій галузі сприймається суспільством, як нововведення з покращеними споживчими властивостями, отримане з меншими витратами, або як нововведення, отримане в результаті фундаментальних або прикладних досліджень.

У сучасному суспільстві інновації застосовуються в багатьох сферах життя: соціальні, промислові, управлінські, організаційні та інші.

При розгляді цієї проблеми важливо мати на увазі і істотну відмінність між поняттями "продукт-новинка" і "інноваційний продукт". Повною мірою інноваційним є той продукт, який базується на суттєвих змінах в його виробництві і дозволяє споживачу отримати нові споживчі якості, на відміну від продукту-новинки як версії вже існуючого продукту.

Таким чином, залежно від ступеня інноваційності того чи іншого продукту можна говорити про декілька різновидів нововведень. По-перше, це можуть бути абсолютно нові продукти, обумовлені виникненням потреби нового типу, яка раніше не зустрічалася. Як правило, кількість таких продуктів невелика і винайкати вони досить рідко. Такі інновації прийнято називати "радикальними інноваціями". По-друге, це можуть бути продукти, що поєднують в собі найкращі риси кількох товарів, які отримали найбільшу споживчу прихильність. Такі інновації прийнято називати "комбінованими інноваціями". І, по-третє, це можуть бути вдосконалені продукти, що раніше використовувалися на ринку. Їх прийнято називати "модифіковані інновації".

М.П. Денисенко та О.П. Коргун пропонують під інноваційною страховою послугою розуміти комплекс системних заходів, спрямованих на гармонізацію всіх етапів страхового процесу з метою отримання фінансово-економічного і соціально-правового ефекту від страхування [1, с. 80]. Інноваційна страхова послуга має більш привабливі споживчі властивості у порівнянні з іншими, здатна задовольнити раніше неохоплені потреби потенційного страховальника та базується на використанні нових технологій.

Інновації в страхуванні відповідно до їх функціональної спрямованості можуть бути поділені на комерційні, технічні, фінансові, організаційні та соціальні зміни в суспільстві і державі, які обумовлюють створення нового страхового продукту.

Страхові інновації полягають у наявності таких аспектів удосконалення, як поліпшення якості споживчих характеристик корисності; науково-технологічна новизна; керованість; ризикостійкість; економічність; ефективність; соціально-економічна значимість; виробнича реалізація; комерційна застосовність [2, с. 21].

Інновації у страхуванні класифікують за різними ознаками з урахуванням напрямів діяльності, яку здійснює страхова компанія: створення страхового то-

вару, супровід страхового продукту, розвиток каналів збуту послуг страхування, організаційно-управлінська діяльність страхової організації, взаємодія страхової фірми з елементами зовнішнього середовища.

Інноваційний процес передбачає поступове формування конкурентоспроможної страхової послуги, яка за своїми кількісними та якісними ознаками буде перевершувати свої аналоги. Забезпечення конкурентоспроможності страхової послуги залежить від рівня задоволення страховальників отриманим страховим продуктом.

На сьогоднішній день український ринок страхових послуг є другим за рівнем капіталізації серед інших небанківських фінансових ринків. Загальна кількість страхових компаній станом на 2016 рік становила 323, у тому числі СК "life" — 43 компанії, СК "non-life" — 280 компаній, у 2015 році — 368 компаній, у тому числі СК "life" — 50 компаній, СК "non-life" — 318 компаній [3]. Основні доходи страхові компанії одержують безпосередньо від діяльності по страхуванню, а також за рахунок вкладення коштів у надійні й високоліквідні інструменти банків.

Основною тенденцією протягом 2015—2016 рр. є зниження доходу страхових компаній. За даними Нацкомфінпослуг, у 2016 р. порівняно з 2015 р. обсяг надходжень збільшився на 2 842,0 млн грн. (17,0%). Збільшення валових страхових премій відбулося майже за всіма видами страхування. Збільшення відбулося майже за всіма видами страхування.

Питома вага чистих страхових премій у валових страхових преміях за 9 місяців 2016 року становила 78,8%, що на 1,7 в.п. більше в порівнянні з 9 місяцями 2015 року.

Обсяг валових страхових виплат/відшкодування у порівнянні з 9 місяцями 2015 р. збільшився на 1 596,5 млн грн. (34,2%), обсяг чистих страхових виплат збільшився на 1 468,4 млн грн. (32,1%). Зростання обсягів валових страхових виплат за 9 місяців 2016 р. мало місце у більшості основних видів страхування.

Рівень валових виплат у порівнянні з аналогічним періодом 2015 р. збільшився на 3,7 в.п. та становив 25,2%. Рівень чистих страхових виплат станом на 30.09.2016 становив 30,9%, що більше на 3,6 в.п. у порівнянні з аналогічним періодом попереднього року.

Високий рівень валових та чистих страхових виплат спостерігається з медичного страхування — 52,8% та 53,9%, за видами добровільного особистого страхування — 38,6% та 40,2%, з обов'язкового страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів — 36,8% та 36,9% відповідно.

Операції вихідного перестраховування за 9 місяців 2016 р. збільшилися з 6 726,3 млн грн. до 8 460,6 млн грн. за рахунок збільшення на 283,4 млн грн. перестраховування в середині країни та збільшення на 1 450,9 млн грн. операцій з перестраховування із страховиками-нерезидентами.

Страхові резерви станом на 30.09.2016 зросли на 12,9% у порівнянні з аналогічною датою 2015 р., при цьому технічні резерви — на 8,5%, а резерви зі страхування життя — на 20,9%.

У порівнянні з аналогічною датою 2015 року зменшилися такі показники, як загальні активи страховиків на 5 211,7 млн грн. (8,6%); активи, визначені ст. 31 Закону України "Про страхування" для представлення коштів страхових резервів — 3 380,5 млн грн. (9,0%) та обсяг сплачених статутних капіталів — 1 855,8 млн грн. (12,8%) [3].

Учасники страхового ринку були змушені переглянути стратегії розвитку, у тому числі оптимізувати свої видатки, а в багатьох випадках — скоротити перелік пропонованих страхових продуктів. Так, певна кількість страхових компаній відмовились від медичного страхування через його дорожнечу й невелику затребуваність серед населення України.

С.В. Зав'язлов відмічає ряд особливостей страхової діяльності, що негативно впливають на розробку й впровадження інновацій. До них вчений відносить неефек-

тивний менеджмент, обмеженість механізму інвестування страхових резервів, відсутність прозорості з погляду обліку й звітності, стимулювання інноваційної активності колективів страхової компанії, недолік кваліфікованих кадрів інноваційної сфери й відсутність довгострокового стратегічного планування інноваційної діяльності в страхових компаніях, слабка розвиненість інфраструктури страхового ринку [4, с. 11].

Слід визнати, що інновації у страховій сфері повинні бути спрямовані на підвищення цінності страхових послуг, отримання якісно нових послуг, більш повну відповідність страхового продукту потребам страхувальника, скорочення строків надання послуги, зниження загальних затрат на її отримання, підвищення прибутковості страхових організацій, розширення масштабів та спектру їх підприємницької діяльності тощо.

Водночас впровадження інноваційних продуктів є однією з найризикованіших сфер підприємницької діяльності. Високі ризики викликані невизначеністю чинників, здатних вплинути на результати цієї діяльності. При цьому невизначеність є не тільки негативною, але і позитивною. Така альтернатива обумовлює високу привабливість інноваційної діяльності насамперед для тих страхових компаній, які готові і мають можливість ризикувати [5, с. 3].

Окремо хотілося б відзначити недостатню конкурентоспроможність більшості українських страхових компаній. Розміри порівняно невеликих страхових компаній не дозволяють їм на рівних боротися з "грандами" страхового бізнесу, вкладаючи значні кошти в ризиковані інновації. Таким чином, самостійно розробляти нові інноваційні продукти можуть дозволити собі тільки великі компанії, але вони в цьому теж не зацікавлені, тому що і так є успішними. Тому варто визнати, що потреба в інноваційній діяльності в страхуванні сьогодні недостатньо активно виражена. Деякий виняток становлять страхові компанії, які є дочірніми компаніями іноземних інвесторів.

У тому, що український страховий ринок є інноваційно відсталим, порівняно із аналогічними ринками західних країн, можна знайти і деякі переваги. Так, використовувати передовий досвід багато в чому простіше і ефективніше — це дозволяє уникнути власних помилок. Однак використовувати закордонні страхові продукти можна лише з урахуванням рівня економічного розвитку нашої країни і страхової культури. В умовах відсутності розвиненої страхової культури в Україні і несприйняття відношення до страхування проти здорового економічного глузду, а також беручи до уваги високий рівень життя основної частини населення країни, складно впроваджувати навіть ті продукти, які широко використовуються за кордоном. Наприклад, в Європі користується популярністю такий страховий продукт, як страхування фінансових ризиків, що виникають у зв'язку із необхідністю звернення страхувальника за юридичною допомогою (із будь-яких потенційних питань, включаючи представництво в суді).

Саме тому найважливішою передумовою створення нового страхового продукту є, в кінцевому рахунку, потреба страхувальника в його існуванні. Без зміни суспільних потреб важко розраховувати на затребуваність нових страхових продуктів. Зміна потреб суспільства може бути спричинена серйозними змінами в сфері соціально-економічних і політичних відносин, що здатне в значній мірі як прискорити, так і загальмувати розвиток страхового ринку.

Ключова роль у вирішенні цього завдання належить страховому менеджменту, який повинен превентивно систематизувати і узагальнювати передовий досвід вітчизняної і зарубіжної практики управління страховою справою. Загострення конкурентної боротьби на вітчизняному страховому ринку об'єктивно висуває завдання вдосконалення організації та ефективності роботи страхової компанії.

У силу специфіки страхових послуг, практично неможливо уявити на ринку щось абсолютно нове. Проте продукти, пропоновані страховиками на ринку, постійно змінюються, з'являються нові послуги, канали продажів, способи залучення споживача. Інноваціями на страховому ринку сьогодні називають створення нових продуктів, способів і каналів продажів, нові маркетингові рішення, а також вдосконалення бізнес-процесів.

Це можуть бути як глибокі зміни, які безпосередньо впливають на діяльність компанії, її місце на ринку і т.п., так і поверхневі, що зачіпають властивості певного продукту або виду продажів, як відповідь на незначні коливання попиту [6].

У нинішніх умовах найбільш актуальними є інновації, які спрямовані на розвиток нових каналів збуту. Щоб збільшити обсяги продажів страхового продукту на етапі його виведення на ринок, варто сформувати нові методи збуту продукту.

Необхідним є також впровадження інновацій, пов'язаних з новітніми інформаційними технологіями для забезпечення високої якості надання страхових послуг. Прикладом таких інновацій є CRM-технологія супроводу клієнтів, під якою розуміється сукупність методів управління процесами комплексного обслуговування клієнтів.

Один з таких перспективних методів — організація продажів через Інтернет. Оскільки мережа Інтернет розвивається активними темпами, страховим організаціям варто звернути увагу на розвиток і своєчасне вдосконалення своїх електронних веб-сайтів. Усе поширенішим стає укладення договорів страхування в електронній формі. Крім того, в електронній формі можуть створюватися документи, необхідні як для укладення договору страхування, так і для отримання страхової виплати. Це революційне нововведення, яке дозволяє вести страховий документообіг відповідно до традицій ділового обороту більш розвинених країн. Модель direct-страхування — це безпосередня взаємодія з клієнтами. Формати цієї взаємодії можуть бути різними: проникнення в соціальну мережу, онлайн-консультування або чат на сайті компанії, введення уповноважених страхових посередників-брокерів, через представників страховика та ін.

Крім збільшення обсягів продажів, на зростання прибутку страховика, який активно використовує Інтернет, безпосередньо впливає скорочення витрат на ведення діяльності (відсутність виплат винагород страховим посередникам), що досягається за допомогою інтернет-продажів.

Важливе значення має впровадження інновацій, пов'язаних з взаємодією страхової компанії із зовнішнім середовищем. Показовим прикладом такої взаємодії є створення альянсів з іншими ринковими гравцями, зокрема з банками. Інтеграція страхового бізнесу з компаніями суміжних галузей стає найбільш прогресивним напрямком інноваційного розвитку. Це дозволяє урізноманітнити канали збуту страхових послуг, що досягається через організацію продажів страхових продуктів представництвами банку — учасника альянсу.

Сьогодні в страхуванні спостерігається досить висока інноваційна активність. При цьому слід розрізняти внутрішні локальні інновації, що вводяться окремим страховиком у рамках власної продуктової лінійки ("для компанії"), а також інновації, що вперше вводяться на ринок ("для ринку").

Одним із цікавих нововведень на ринку страхових продуктів можна назвати аналоги західних інвестиційно-страхових продуктів. Одна за одною провідні компанії представили продукти страхування життя з інвестиційною складовою, прибутковість яких може бути прив'язана до біржового індексу, вартості нафти або золота. Такі продукти, надають стандартне страхове забезпечення та дозволяють також в разі зростання фондового або товарного ринку отримати значний дохід. При падінні фондового ринку вони гарантують 100% повернення вкладених коштів.

Цікавою технологічною новинкою, яку корисно впроваджувати у страхових компаніях, є використання міні-терміналу. Міні-термінал — це пристрій для зчитування платіжних карток, який можна підключити до смартфона або планшета на базі Apple iOS чи Android, а також до персонального комп'ютера. В Україні, наприклад, можливість приймати оплату за платіжними картками Visa або MasterCard за допомогою безкоштовного міні-терміналу пропонує ПриватБанк. Міні-термінал працює, як звичайний POS-термінал. Але при цьому страховий агент отримує змогу приймати платежі від клієнтів там, де зручно, а не тільки у фіксованій точці продажу. Під час переказу гроші потрапляють на банківський рахунок страхової компанії.

Використовуючи можливості Інтернет-ресурсів можна суттєво покращувати якість обслуговування клієнтів. Так, наприклад, використання Skype надає клієнтам можливість безкоштовних дзвінків у страхову компанію із будь-якої точки світу.

Деякими страховими компаніями були розроблені мобільні додатки для смартфонів. Функції програми дозволяють знайти найближчий офіс компанії, дізнатися послідовність дій при настанні страхового випадку, заявити про нього або зв'язатися з лікарем страхової компанії для отримання консультації, отримати перелік необхідних документів для виплати відшкодування, а також викликати агента для оформлення страхового поліса і багато іншого.

Якщо говорити про довгострокові тенденції в інноваційній діяльності на страховому ринку, то в першу чергу треба виділити такі напрями:

— розширення використання IT і мобільних пристроїв (планшетів, смартфонів і т.п.), як в бізнес-процесах компанії її співробітниками для зв'язку між собою і з офісом, так і для підтримки комунікацій з клієнтами;

— повне використання внутрішньої і зовнішньої статистичної інформації, збільшення обсягу доступної інформації про клієнтів, пошук нових джерел інформації про споживачів (наприклад, у соціальних мережах);

— інновації в сфері клієнтського обслуговування, "багатоканальна" взаємодія з клієнтом, винагорода клієнта за лояльність;

— скорочення часу "відгуку" компанії на клієнтські запити, надання швидкого і якісного обслуговування — що, в свою чергу, вимагає істотних вкладень у IT і модернізацію бізнес-процесів у страховій компанії.

ВИСНОВКИ

Таким чином, Україна має можливість врахувати помилки розвинених економічних країн у сфері надання страхових послуг та вибрати з накопиченого світового досвіду те, що в більшій мірі відповідає нашому рівню соціально-економічного розвитку і вітчизняному менталітету. Однак безсумнівним викликом для здійснення страхової діяльності в умовах відкритих ринків є необхідність впровадження інноваційних технологій та рішень на всіх етапах здійснення страхової діяльності.

Література:

1. Денисенко М.П., Корга О.П. Інновації на страховому ринку України // Інвестиції: практика та досвід. — 2015. — № 21. — С. 79—82.
2. Жилкина А.Н. Инновационный подход в управлении страховым бизнесом: Монография. — СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та управления и экономики, 2014. — 126 с.
3. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України за 9 місяців 2016 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://nfp.gov.ua/files/DepFinMon/sk_III_2016.pdf
4. Завьялов С.В. Развитие инновационной деятельности страховых компаний: автореф. дисс. — М., 2010. — 23 с.
5. Клещкин А.Н. Совершенствование страхования инновационного продукта: автореф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2009. — 23 с.

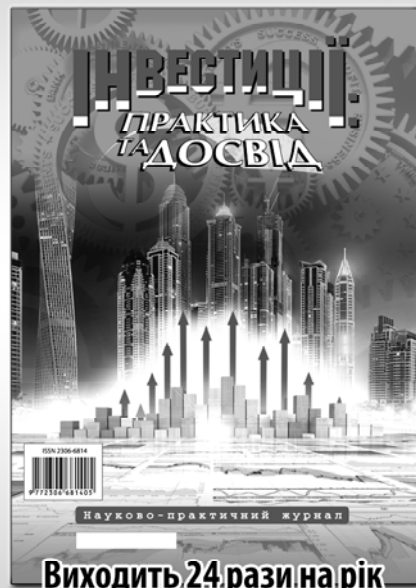
6. Зубец А.Н., Лебедева А.Д. Инновации на российском страховом рынке // Материалы СМИ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.fa.ru/chair/priklsoc/Documents/.pdf>. 2012

References:

1. Denisenko, M. and Corga, O. (2015), "Innovations in the insurance market of Ukraine", Investment: Practice and Experience, vol. 21, pp. 79—82.
2. Zhilkina, A. (2014), Innovacionnyj podhod v upravlenii strahovym biznesom [Innovative approach to managing the insurance business], Publishing house S.-Petersburg. University of Management and Economics, St.Petersburg, Russia.
3. National Commission for State Regulation of Financial Services Markets (2016), "Information of development of the insurance market of Ukraine for 2016", available at: https://nfp.gov.ua/files/DepFinMon/sk_III_2016.pdf (Accessed 10 April 2017).
4. Zavyalov S. (2010), "Development activities ynnovatsyonny insurance companies", Ph.D. Thesis, Economy, Moscow, Russia.
5. Kletsyn A. (2009), "Insurance Innovatively Product Improvement", Ph.D. Thesis, Economy, Moscow, Russia.
6. Zubec, A. and Lebedev, A. (2012), "Innovations in the Russian insurance market", available at: <http://www.fa.ru/chair/priklsoc/Documents/.pdf> (Accessed 10 April 2017).

Стаття надійшла до редакції 20.04.2017 р.

ІНВЕСТИЦІЇ.
ПРАКТИКА
ТА ДОСВІД
www.investplan.com.ua



Передплатний індекс: 23892

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук з ЕКОНОМІКИ та ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ