

ные средства. Пропаганда и повторяющаяся реклама здоровых продуктов питания, активного образа жизни поможет настроить всех членов общества менять свое поведение в области потребления. Данная идея понравится обществу, безусловно, ничто не может помешать обществу покупать в больших количествах, а затем выбрасывать, так называемую, здоровую пищу. В решение данной проблемы могут вмешаться как коммерческие организации, предлагая свои курсы по обучению желающих людей экономии денежных средств и их рациональному расходованию, так и само государство, введя в школьную программу урок экономного расходования денежных средств.

Общество потребления мыслит себя именно обществом потребления, оно потребляет и хочет потреблять, не имея иной цели, кроме потребления. Но в наших руках сделать так, чтобы общество приобретало здоровую пищу, занималось спортом и процветало. Мы все являемся членами общества потребления, и за каждым из нас остается выбор, что потреблять.

Список источников

1. Бодрийяр, Ж. Общество потребления / Ж. Бодрийяр // Мыслители XX века. – М., 2006.
2. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Рациональные нормы потребления пищевых продуктов для различных групп населения Республики Беларусь от Министерства здравоохранения Республики Беларусь. – Минск, 2011. – Режим доступа: <http://minzdrav.gov.by>. – Дата доступа: 03.10.2013.
3. Что немцу здорово, то и русскому... Обзор мирового рынка продуктов питания и напитков // Исследование компании ACNielsen. – RUSSIAN FOOD & DRINKS MARKET [Электронный ресурс]. – 2007. – № 3. – Режим доступа: <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php>. – Дата доступа: 03.10.2013.

А. Д. Клемято, И. А. Козлова

Научный руководитель – кандидат экономических наук
Н. П. Пономарева

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАТИЗАЦИИ СТРАХОВОГО РЫНКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье рассмотрено понятие «интернет-страхование», а также выявлены его особенности и инструменты. Выделены сегменты потребителей, производящих покупку страховых продуктов через Интернет и продукты интернет-страхования, пользующиеся наибольшим спросом. Рассмотрены тенденции развития интернет-страхования в мире и Республике Беларусь, определены особенности отечественного рынка электронных страховых услуг.

В условиях развития информационного общества актуальной становится проблема оказания страховых услуг с помощью современных информационных технологий. В настоящее время страховые организации активно используют интернет-технологии для продвижения своих услуг. В связи с этим выделилось отдельное направление электронной коммерции – интернет-страхование.

Интернет-страхование – это процесс взаимодействия страховой компании и ее клиентов, который заключается в выборе страховых услуг, оформлении и приобретении страховых полисов и получении страховых премий с использованием Интернета.

Особенностью интернет-страхования является возможность обеспечить каждый целевой сегмент персонифицированной информацией. Их преимуществом является простота, «коробочность» – все параметры продукта рассчитываются автоматически, что обуславливает максимальное удовлетворение индивидуальных потребностей. Такие продукты ориентированы в основном на рынок физических лиц. К ним относятся: страхование автомобильного транспорта, обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств, страхование грузов, обязательное личное страхование от несчастных случаев на транспорте, медицинское страхование, страхование выезжающих за рубеж и др.

Основным инструментом организаций, осуществляющих интернет-страхование, является сайт, который предоставляет следующие возможности: предпродажное обслуживание клиента, непосредственно продажа полиса и постпродажное обслуживание страхователя через сеть.

Авторами было проведено исследование потребительской аудитории интернет-страхования, которое позволило выделить следующие группы клиентов, покупающих страховые продукты через Интернет.

Сегмент 1. Руководители предприятий или владельцы частных предприятий с высоким доходом, которые имеют в собственности автомобиль и недвижимость.

Сегмент 2. Страхователи, интересующиеся в основном недорогими продуктами с понятными опциями.

Сегмент 3. Молодые водители, которые впервые приобрели автомобиль, в возрасте 21–34 лет.

Сегмент 4. Люди среднего возраста, в возрасте 45–59 лет, являющиеся руководителями или менеджерами старшего и среднего звена.

Сегмент 5. Молодые замужние женщины в возрасте 18–34 лет, которые собираются родить ребенка.

Сегмент 6. Специалисты, ежедневно подвергающиеся рискам.

Сегмент 7. Страхователи, увлекающиеся активными видами спорта.

Наибольший спрос на страхование онлайн и наибольший объем онлайн-продаж приходится на Великобританию, Францию, Японию, США,

Израиль, Индию и Корею [1]. По данным Pricewaterhouse Coopers, e-коммерция обеспечивает почти 16 % доходов страховых компаний.

По мнению специалистов, в Беларуси созданы предпосылки для развития информатизации страховой отрасли. Факторы, стимулирующие информатизацию сегмента страхования в Беларуси, представлены на рисунке 1.

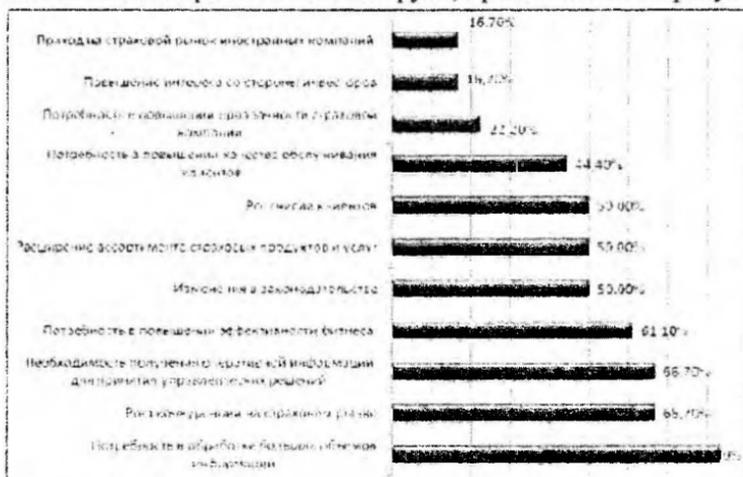


Рис. 1. Факторы, стимулирующие развитие информатизации страхового рынка Беларуси в 2012 г.

Тенденция развития факторов, препятствующих информатизации сегмента страхования в 2010–2011 гг., представлена на рисунке 2.

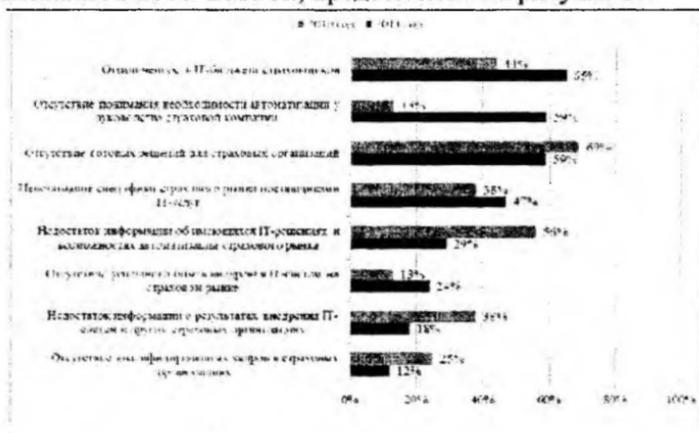


Рис. 2. Факторы, препятствующие информатизации рынка страхования в Беларуси

Ввиду подобных негативных тенденций страховой бизнес в Беларуси сильно отстает от зарубежного по степени автоматизации в настоящее время. Однако, следует отметить, что ИТ-бюджет государственных организаций увеличился по сравнению с 2011 г. на 100 %, а также на 42 % в частных страховых компаниях. Приход на страховой рынок Республики Беларусь иностранных компаний также может увеличить конкуренцию среди страховщиков и повысить их потребность в автоматизации бизнеса. Так, в 2012 г. число компаний с иностранным капиталом увеличилось до 13.

С учетом обработки страховыми компаниями огромного массива данных существует объективная необходимость в определенных ИТ-решениях. В связи с этим 26 октября 2012 года был запущен первый интернет-сервис для покупки страховок онлайн – policy.by. Следующий этап развития интернет-страхования в Беларуси обусловлен реализацией проекта электронного бланка страхового полиса. В связи с этим необходимо внесение изменений в существующее законодательство, в том числе узаконивание электронной подписи на страховых полисах [2]. Также наблюдается высокая потребность в специализированных комплексных системах автоматизации страховой деятельности, в особенности таких специфических направлений, как автоматизация страховой отчетности и расчет технических резервов, расчет и выплата комиссионного вознаграждения и учет агентских договоров, автоматизация урегулирования убытков.

Таким образом, рассмотрев тенденции развития рынка интернет-страхования в мире и Республике Беларусь, можем сделать вывод, что использование информационных технологий в страховом бизнесе является перспективным направлением в данной сфере. Развитие данных тенденций позволит в будущем расширяться и закрепить свои позиции на белорусском рынке организациям, оказывающим услуги интернет-страхования.

Список источников

1. Вялкова, И. Правовые аспекты онлайн страхования и эволюция электронной коммерции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://forinsurer.com/public/12/12/07/4562>. – Дата доступа: 07.12.2012.
2. Актуальные вопросы применения ИТ в страховании [Электронный ресурс]: 13.09.2012. – Режим доступа: <http://infopark.by/news/2012/9/13/art>.
3. Итоги исследования «Обзор состояния, тенденций и перспектив развития информационных технологий в страховании в 2011 году» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bankit.by/analytics/405-itigi-issled-strahov-2011/>. – Дата доступа: 30.09.2013
4. ITinsurance'2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://management.bel.biz/news/it_insurance2013/. – Дата доступа: 29.09.2013.