

По условиям опциона на продажу владелец (держатель) этого опциона имеет право продать активы лицу, выписавшему опцион, по оговоренной цене, в оговоренный срок. В свою очередь продавец опциона обязан купить, если владелец опциона предъявляет договор или контракт для совершения сделки.

Использование опционов позволяет существенно расширить границы деловой активности. Операции с опционами осуществляются либо в чисто спекулятивных целях, т.е. для получения прибыли на разнице в курсах, либо для хеджирования, т.е. фондового страхования своих активов. При этом в любом опционе стороны рассчитывают на противоположные тенденции в движении курсов.

Покупатель уплачивает за опцион премию, которая значительно ниже цены базовых бумаг. Таким образом, покупатель получает возможность выгадать на благоприятном изменении цены базового актива, покупка которого обошлась бы ему намного дороже. Инвестиционная привлекательность опционов тем и объясняется, что стоят они меньше, чем лежащие в их основе активы. Кроме того, для покупателя опциона риск убытков ограничивается размером уплаченной премии.

Предлагая опцион, продавец рассчитывает, прежде всего, на получение дополнительного дохода в виде премии, уплачиваемой покупателем. Именно размером премии ограничивается максимальный выигрыш продавца.

Спрэдовая позиция — покупка одного опциона и продаже другого того же вида (“колл” или “пут”), но с другими характеристиками, т.е. другой страйк ценой или датой окончания срока действия. Эта стратегия позволяет покупателю спрэда получить прибыль от ожидаемого изменения курса и снижает начальную цену позиции.

Под стеллажной операцией понимается одновременное приобретение (или выписывание) опционов на покупку и на продажу активов, имеющих одну и ту же дату истечения и одинаковую цену реализации.

Под хеджированием в практике фондовых рынков подразумевается страхование от неблагоприятного изменения курсов средствами фондового рынка в данном случае с помощью покупки или выписывания различных видов опционов.

Таким образом актуальность данной темы исследования объясняется необходимостью повышения интереса в Республике Беларусь к использованию опционов как ценных бумаг, обладающих большим потенциалом.

<http://bseu.by>

*С.В. Башлаков  
БГЭУ (Минск)*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СТРАХОВАНИИ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИХ РАЗВИТИЯ**

В Республике Беларусь страхование как бизнес начало развиваться с начала 90-х гг. с появлением первых негосударственных страховых компаний. По мере становления страхового рынка все отечественные страховщики (не исключая государственной страховой организации Белгосстрах)

столкнулись с необходимостью совершенствования своей деятельности. Это совершенствование может идти в двух основных направлениях: во-первых, это улучшение работы самой фирмы (сокращение расходов на ведение дела, оптимизация организационной структуры и т.п.), и, во-вторых, организация эффективного процесса продвижения страховых продуктов на рынок (маркетинг страховщика). Одно из наиболее перспективных направлений развития страховых организаций, затрагивающее обе эти сферы, — внедрение и эффективное использование современных информационных технологий (СИТ) в страховании.

Несмотря на такое общее название, под СИТ обычно понимают вполне конкретный набор научно-технологических знаний, имеющих отношение к электронно-вычислительной (прежде всего компьютерной) технике. Однако многие авторы принципиально не согласны с подобным определением, выделяя отдельное понятие “компьютерные информационные технологии” (КИТ).

Сейчас абсолютное большинство страховщиков Республике Беларусь в той или иной мере используют компьютерную технику в своей деятельности. Это позволяет за счет автоматизации и организации единого информационного пространства значительно усовершенствовать работу страховой компании практически во всех видах ее деятельности.

Не так однозначно применение СИТ в сфере маркетинговой деятельности страховой организации. Главное направление здесь — продвижение страховых продуктов посредством всемирной сети Интернет, что сулит огромные перспективы для страховщиков. Однако сейчас даже на западе многие эксперты скептически относятся к возможности получения серьезных доходов от использования “Всемирной паутины”, так как для этого есть целый ряд препятствий технологического, экономического и социально-психологического характера. Кроме того, страховая компания, которая начинает работу по распространению страховых услуг через Интернет, должна учитывать специфические правила, присущие электронной коммерции.

В Республике Беларусь вопрос о серьезном применении Интернет в страховании не очень актуален, но уже сейчас отдельные отечественные страховщики начали создавать сетевые информационные представительства (Белингосстрах, Белвнешстрах, “Бролли”, “Альвена”, “Купала” и др.).

Следует отметить, что количество белорусов, использующих Интернет, составляет, по разным оценкам, от 200 тыс. до 1 млн человек. При этом их количество медленно, но постоянно растет, поэтому использование технологий электронного бизнеса для эффективного маркетинга страховщика видится очень перспективным.

Подытоживая, отметим, что среди основных направлений использования СИТ в деятельности страховых компаний можно выделить следующие: автоматизация учетной и аналитической деятельности страховщика; организация единого информационного пространства фирмы с использованием комплексных систем электронной обработки информации; использование ресурсов сети Интернет для рекламной деятельности, пропаганды страхования, проведения информационной и разъяснительной работы с клиентами, изучения рынков, реализации страховых услуг и др.; использование технологий электронной торговли в страховании.