

УДК 368

КОНЦЕПЦИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ СТРАХОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Т. А. Бронская

старший преподаватель, Белорусский государственный университет, экономический факультет, г. Минск, Республика Беларусь, e-mail: bronska.tatiana@yandex.ru

Анализ трансформации страхового предприятия и страховых продуктов, по причине своей сложности, предусматривают создание цифровых бизнес-моделей. Автор предлагает формализовать поведение потребителей страховых продуктов и принятие оперативных решений для удовлетворения возникающих потребностей.

Ключевые слова: омниканальность; драйвер экосистемы; экосистема страхового предприятия; модульный производитель; трансформация страховой компании.

CONCEPT OF BUSINESS MODEL OF DIGITAL TRANSFORMATION OF AN INSURANCE COMPANY

T. A. Bronskaia

senior lecturer, Belarusian State University, faculty of economics, Minsk, Republic of Belarus, e-mail: bronska.tatiana@yandex.ru

Analysis of the transformation of the insurance company and insurance products, due to their complexity, involves the creation of digital business models. The author proposes to formalize the behavior of consumers of insurance products and the adoption of operational decisions to meet emerging needs.

Keywords: omnichannel; ecosystem driver; insurance enterprise ecosystem; modular manufacturer; transformation of the insurance company.

Изменения технологий и каналов получения и передачи информации, концепция современного этапа четвертой промышленной революции предлагает новые концепции цифровых бизнес-моделей.

К цифровым технологиям мы относим интернет вещей, хранение информации в облаках, аналитику, мобильные приложения, социальные связи. Цифровые технологии позволяют устанавливать связи между потребителями и поставщиками страховых услуг, доносить информацию о предложениях компаний и удовлетворять потребности клиентов. Использование данных технологий позволяет разрабатывать цифровые бизнес-модели, как инструмент создания следующих поколений страховых компаний.

На сегодняшний день предложены новые сетевые системы, представляющие собой концептуальную методику «два на два», объединяющие четыре независимых бизнес-модели (таблица 1):

- бизнес-модель «Поставщик» – это производитель, реализующий свой страховой продукт или услугу через другие структуры;

- бизнес-модель «Омниканальность» – объединяемая цепочка добавленной стоимости [2]. Под цепочками добавленной стоимости понимается полный набор действий, который необходим для того, чтобы осуществить продвижение продукта от момента возникновения его концепции до конечного потребителя через все стадии производства,

включая разработку, андеррайтинг, маркетинг и организацию сбыта, а также обеспечение обслуживания в течении всего действия договора между страхователем и страховщиком;

- бизнес-модель «Модульный производитель» – это поставщик готовых к использованию страховых продуктов или услуг;

- бизнес-модель «Драйвер экосистемы» – это организатор экосистемы, которая предоставляет конкурентоспособное обслуживание потребителей в конкретной области страхования, которая становится точкой назначения в данной сфере.

Таблица 1 – Концепция цифровой бизнес-модели в страховании

Концепция цифровой бизнес-модели в страховании			
Знание конечного клиента	Полная	Омниканальность – «присвоение» отношений с клиентом; – создание многопродуктового клиентского опыта в соответствии с событиями в его жизни; – клиент выбирает каналы; – интегрированная цепочка добавленной стоимости.	Драйвер экосистемы – стать точкой назначения в своем пространстве; – добавить вспомогательные и, возможно, конкурирующие товары; – обеспечить превосходное клиентское обслуживание; – извлечь данные о клиенте из всех его взаимодействий; – подобрать поставщика под потребности клиента; - извлечь «рену».
	Частичная	Поставщик – продажа через другие компании; – потенциальная потеря влияния; – основные навыки: низкая стоимость производства, постепенные инновации.	Модульный производитель – готовые к использованию страховые продукты; – способность адаптироваться и интегрироваться к любой экосистеме; – постоянные инновации страховых продуктов и услуг.
		Цепочка добавленной стоимости	Экосистема

Источник: составлено автором по информации [1]

В представленной структуре бизнеса важными факторами является контроль над ключевыми решениями относительно бренда, контактов, цен, качества, участников, интеллектуальной собственности, владения данными и регулирование ключевых решений.

Цифровизация представляет угрозу крупным страховым компаниям, которые неспособны осуществлять быстрые изменения и получение высоких доходов, что снижает их конкурентоспособность в сравнении с цифровыми оппонентами. Данную угрозу можно преодолеть: путем повышения квалификации сотрудников, адаптацию к цифровой среде; обеспечение обслуживания потребителей страховых услуг наилучшим образом с использованием всех каналов связей; осуществление маркетинга и продаж через возможные цифровые блоки; инжиниринг технологической инфраструктуры, внедрения нового программного обеспечения. Бизнес-модель омниканальности обеспечивает клиентам взаимодействие по синхронизированным каналам связи.

Организация экосистемы позволяет предложить клиенту высококонкурентное обслуживание в течение всего действия договора страхования. А драйвер экосистемы может оказывать аналогичные услуги более мелким страховым компаниям.

Страхование жизни может выступать как модульный производитель и входить в различные экосистемы финансового и банковского секторов.

Для определения какие бизнес-модели использовать страховому предприятию важно выявить цифровое преимущество, в котором оно наиболее конкурентоспособно.

Цифровизация позволяет взаимодействовать страховщику и страхователю в любом месте и в любое время, осуществлять выбор с помощью объективных отзывов, изображений и поисковых сервисов. Качественный и актуальный контент способствует привлечению новых клиентов и удержанию постоянных. Цифровые платформы обеспечивают эффект масштаба.

Таким образом, каждое страховое предприятие, на основании мониторинга изменений и модификации цифровизации, должно разрабатывать свою концепцию бизнес-модели цифровой трансформации, для обеспечения конкурентоспособности и устойчивого развития.

Библиографические ссылки

1. Питер Вайл, Стефани Ворнер. Цифровая трансформация бизнеса. Изменение бизнес-модели для организации нового поколения. Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО "Альпина Паблишер", 2019.
2. Рогатных Е., к. э. н., доцент ВАВТ. «Глобальные цепочки добавленной стоимости и их влияние на»: сайт / б. д. URL: <https://mirec.mgimo.ru/upload/ckeditor/files/mirec-2016-4-rogatnykh.pdf> (дата обращения: 18.02.2022).

УДК 334.012.23

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Ю. Г. Вайлунова¹, Г. А. Яшева²

¹ кандидат экономических наук, доцент, Витебский государственный технологический университет, г. Витебск, Республика Беларусь, e-mail: Yulia_KG@tut.by

² доктор экономических наук, профессор, Витебский государственный технологический университет, г. Витебск, Республика Беларусь, e-mail: gala-ya@list.ru

Развитие инновационного предпринимательства вносит значимый вклад в устойчивый рост региональной экономики. В статье проведен анализ инновационной деятельности субъектов МСП. Обоснован кластерный подход к развитию инновационного предпринимательства. Разработаны направления стимулирования создания инновационных кластеров в контексте цифровизации для субъектов МСП.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство (МСП); кластер; инновационное предпринимательство; цифровизация; Индустрия 4.0.

DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP ON THE BASIS OF THE CLUSTER APPROACH IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

Y. G. Vailunova¹, G. A. Yasheva²

¹ PhD in economics, associate professor, Vitebsk State Technological University, Vitebsk, Republic of Belarus, e-mail: Yulia_KG@tut.by

² doctor of economics, professor, Vitebsk State Technological University, Vitebsk, Republic of Belarus, e-mail: gala-ya@list.ru

The development of innovative entrepreneurship makes a significant contribution to the sustainable growth of the regional economy. The analysis of innovative activity of SMEs is carried out in the