

УДК 368

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ИННОВАЦИЙ В СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Смирнова Елена Александровна

к.э.н., доцент

Институт экономики и управления

Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского
(Россия, г. Симферополь)

Потапов Евгений Игоревич

магистрант 3 курса

Институт экономики и управления

Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского
(Россия, г. Симферополь)

Проанализированы научные подходы к определению понятий «инновация». Рассмотренные подходы к определению инноваций указывают на то, что любая идея становится инновацией тогда, когда она практически воплощена в конкретном продукте, технологическом процессе. Определено, что инновации в деятельности страховых компаний можно определить как результат использования новых идей для разработки или совершенствования страховых продуктов и услуг, оптимизации каналов сбыта, усовершенствования взаимодействия между структурными и инфраструктурными элементами страхового рынка, которые имеют цель - повысить эффективность деятельности страховщика. Выделены типы инноваций.

Ключевые слова: инновация, страховая организация, страховая услуга

THE ECONOMIC ESSENCE OF INNOVATION IN INSURANCE ACTIVITY

Smirnova Elena Aleksandrovna

Ph. D., associate Professor

Institute of Economics and management
V. I. Vernadsky Crimean Federal University
(Simferopol, Russia)

Potapov Yevgeny Igorevich
3rd year master's student
Institute of Economics and management
V. I. Vernadsky Crimean Federal University
(Simferopol, Russia)

Scientific approaches to the definition of "innovation" are analyzed. The considered approaches to the definition of innovations indicate that any idea becomes an innovation when it is practically embodied in a specific product or technological process. It is determined that innovations in the activities of insurance companies can be defined as the result of using new ideas to develop or improve insurance products and services, optimizing sales channels, improving the interaction between structural and infrastructure elements of the insurance market, which have the goal of improving the efficiency of the insurer. Types of innovations are highlighted.

Keywords: innovation, insurance organization, insurance service

В начале XXI века характерной чертой современного состояния мировой экономики является внедрение в производство новых достижений науки и техники, что предопределяет формирование и использование новых знаний, адаптирующихся в производство, тем самым, оказывая влияние на повышение продуктивности труда в материальной сфере. В настоящее время инновации являются основой развития общества, поэтому возникает необходимость регулирования и управления инновационными процессами как главного условия развития научно-технического прогресса, а также социально-экономического развития государства, обеспечивая конкурентоспособность каждого хозяйствующего субъекта, внедряющего новые методы организации и технологии производства.

В современных условиях развития и конкуренции страховая организация должна мгновенно реагировать на конъюнктуру рынка, испытывать потребности потенциальных страхователей в страховой защите и качественно удовлетворять

их, что в свою очередь должно положительно влияет на имидж страховой организации. Таким образом, страховая деятельность и бизнес-процессы страховщика с самого начала должны базироваться на внедрении инноваций в страховую деятельность.

Большинство современных руководителей страховых организаций все же признают важность инноваций в деятельности страховой компании. Однако не все осознают процесс внедрения инноваций, их использования в той бизнес-модели, которая есть. В этой связи для раскрытия роли инноваций в страховом бизнесе необходимо определить экономическую сущность понятия «инновация» и ее основных элементов.

Необходимо отметить, что инновация – это ключевое конкурентное преимущество страховой компании, поскольку при условиях изменения рыночной среды, осознание потребностей страхователей и реагирование на изменение спроса является залогом успеха деятельности страховой организации. Поэтому необходимо предоставлять удобный и понятный сервис и предлагать новые нестандартные решения, которые отличаются от страховых продуктов и услуг конкурентов, а также предусматривать будущие потребности страхователей, создавая для них индивидуальные страховые продукты и услуги.

Впервые дефиниция «инновация» в научной литературе встречается во французском языке в конце XIII века, в английском в XVI веке, как определение чего-то нового в социально-культурных сферах деятельности. На протяжении XVIII-XIX вв. зарубежные экономисты А. Смит, Ж. Кондорсэ, Д. Рикардо, К. Маркс, Й. Шумпетер изучали вопросы, касающиеся науки и техники.

Экономическая категория «инновация» происходит от латинского «novatio», что означает «обновление» (или «изменение»), и приставки «in», которая переводится с

латинского как «в направление», если переводить дословно «Innovatio» — «в направлении изменений»[1].

Впервые в экономике определение «инновация» было введено в XX ст. Шумпетером Й.А., где ученый в своих научных работах определил инновации как любые возможные изменения, возникающие в результате применения новых и усовершенствованных решений технического, технологического, организационного характера в сфере производства, сбыта, управления и т.п.

Таким образом, Й. А. Шумпетер стал основоположником теории инноваций. Ученым было выделено 5 основных «типов нововведений: 1) производство принципиально новых товаров и услуг; 2) применение новой техники и технологий, что предусматривает внедрение новых методов производства и транспортировки; 3) завоевание новых рынков сбыта продукции; 4) улучшение ресурсной базы путем открытия новых источников сырья; 5) внедрение более рациональных форм организации производства и управления»[2].

Развивая подход относительно теории инноваций необходимо отметить, что она стала неким логическим продолжением в трудах таких ученых как Г.В. Плеханов, К.Маркс и В.И. Ленин, где ученые отнесли «инновационное развитие как постоянное усовершенствование средств производства; высокий уровень технико-технологического развития сравнительно с предыдущими эпохами; потребность в постоянно расширяющемся рынке сбыта и в интенсификации»[3-5].

К. Маркс, исследуя инновации как результат научно-технической деятельности, пришел к выводу о том, что «рыночная конкуренция не обеспечивает достаточных условий для развития науки и техники. Поэтому для эффективного инновационного процесса следует комплексно использовать и рыночный механизм, и государственное регулирование»[4].

Так, английский ученый А. Смит в своей работе «Исследование о природе и причинах богатства народов»

впервые уделяет внимание «научно-техническому прогрессу, где ученый первый распознал наступление новой технологической эпохи, и связал разделение труда, с тем, что труд намного облегчается и сокращается за счет изобретения и применения машин и механизмов»[6].

Ученый Ж. Кондорсэ выделил взаимосвязь между наукой и промышленностью: «прогресс наук обеспечивает прогресс промышленности, который сам затем ускоряет научные успехи, и это взаимное влияние, действие которого возобновляется, должно быть причислено к наиболее деятельным, наиболее могущественным причинам совершенствования рода человеческого»[7].

Д. Рикардо в труде «Начало политической экономии и налогового обложения» рассматривал «проблемы инноваций, науки и техники, в главе о ренте имеются рассуждения о воздействии инноваций в земледелии на ренту, ученый разделил изменения в технике на два типа землесберегающие инновации и инновации, сбегаящие капитал и труд [8]

К. Маркс в III томе «Капитала» рассматривает «инновации, как направление «удешевление элементов постоянного капитала». По мнению ученого, «именно инновации являются основным источником производительности труда»[9].

В современных научных исследованиях понятие «инновация» рассматривали ученые-экономисты Барютин Л., Бляхман Л.С., Завлин П.Н. Койре А., Кутейников А.А., Кругликов А.Г., Лапин Н.И., Б. Санто, Складорова Е.Е. Соколов Д.В., Фатхутдинов Р.А., М. Хучек, и др.

М. Хучек определяет «инновацию как внедрение чего-либо нового, какой-либо новой вещи, новинку, реформу»[10]А. Койре раскрывает «инновацию как трансформацию идеи в новый или улучшенный продукт или рабочий процесс, пользующийся спросом на рынке» [11] Автор полагает, что основным достоинством данных подходов является то, что

определен процесс получения инновации и экономическая цель инноваций.

Отечественные ученые П. Завлин под «инновацией» понимает – «использование в той или иной сфере общества результатов интеллектуальной (научно-технической) деятельности, направленных на совершенствование процесса деятельности или иного результата»[12].

Лапин Н.И. «инновацию рассматривает как нововведение, под которым понимает комплексный процесс создания, распространения и использования нового практического средства (новшества) для новой (или для лучшего) удовлетворения уже известной общественной потребности»[13].

Л. Барютин считает, что «инновация – управляемый процесс, имеющий комплексный характер и заключающийся во внедрении различных изменений в существующие системы и структуры с целью создания, распространения, использования принципиально нового или модифицированного практического средства (новшества), удовлетворяющего конкретные общественные потребности и дающего экономический, технический или социальный эффект»[14].

Ученый Б. Санто под «инновацией» понимает общественно-технический-экономический процесс, который приводит через практическое использование идей и изобретений к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий, и в случае, если она ориентируется на экономическую выгоду, на прибыль, ее появление на рынке может принести добавочный доход»[15].

Акцентируя внимание на вышеизложенном, авторам стоит согласиться с мнениями ученых, так как по нашему мнению, именно «инновация» посредством внедрения новых изделий, удовлетворяющие общественные потребности и дающие экономический эффект рассматривается как процесс качественного изменения.

Фатхудинов У.Р. понимает под «инновацией конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта»[16].

Соколов Д.В. рассматривает «инновацию как итоговый результат создания и освоения (внедрения) принципиально нового или модифицированного средства (новшества), удовлетворяющий конкретные общественные потребности и дающий ряд эффектов (экономический, научно-технический, социальный, экологический)»[17].

Данный подход, по мнению автора, имеет объектно-процессный подход, а именно имеется результат и получение социально-эколого-экономического эффекта.

По мнению Е.Е. Складовой теория инноваций состоит в рассмотрении производительности труда как основы социально-экономического развития общества, где ключевое значение отдается предпринимательству и личной инициативе»[18].

Анализируя, современные подходы к определению экономической категории «инновация», авторы считают, что наиболее полно раскрыли экономическую сущность этого понятия такие ученые как Б. Санто, Л. Барютин, Лапин Н. И., которые определили, инновацию как процесс, в котором, нововведение рассматривается как особый вид продукции конечного потребления, позволяющий удовлетворять потребности общества и получать экономический эффект.

Источником инновационного развития каждого предприятия служат внутренние процессы, новые сочетания ресурсов, которые приводят к внедрению инноваций. Эти инновации и обеспечивают совершенствование внутренних процессов, имплементацию новых техник и технологий, которые позволяют повысить эффективность деятельности предприятия.

Рейнор М. почетный член DeloitteResearch и ведущий исследователь в сфере инноваций, в своем труде «Манифест

инноватора» обосновал теорию разрушения в современном бизнесе, определяя, что «все инновации направлены на нарушение определенных компромиссов, которые сложились в обществе»[19].

Нарушение компромиссов за счет инноваций позволяет страховым организациям достичь определенных стратегических целей, которые не могут достичь конкуренты, позволяя компании оказывать услуги, которые по цене или качеству не соответствуют с предложением других страховщиков конкурентов.

В настоящее время также существует международный стандарт определения понятия «инновация» как:

- «внедрение новых или усовершенствованных продуктов (товаров или услуг) или процесса, нового метода маркетинга или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связей (в соответствии с определением Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), «Руководство Осло:Рекомендации из сбора и анализа данных по инновациям»)[20].

- «конечный результат инновационной деятельности, которая проявляется в форме нового или усовершенствованного продукта, который внедрен на рынке; нового или усовершенствованного технологического процесса, который используется в практической деятельности, или в новом подходе к социальным услугам (в соответствии с определением ОЭСР, «Руководство Фраскати»)[21].

Рассмотренные подходы к определению инноваций указывают на то, что любая идея становится инновацией тогда, когда она практически воплощена в конкретном продукте, технологическом процессе. Следовательно, инновации в деятельности страховых компаний можно определить как результат использования новых идей для разработки или совершенствования страховых продуктов и услуг, оптимизации каналов сбыта, усовершенствования взаимодействия между

структурными и инфраструктурными элементами страхового рынка, которые имеют цель - повысить эффективность деятельности страховщика.

Стоит отметить, что в конечном итоге, инновациями считаются вложения аккумулированного инвестиционного капитала в нововведения, которые при успешной имплементации приводят к количественным или качественным изменениям в предпринимательской, производственной или сбытовой деятельности страховой организации.

Развивая данный подход, стоит отметить, что большинство определений понятия «инновация» можно отнести к трем группам: 1) инновации как результат - инновации являются результатом инновационной деятельности, которая реализуется в форме нового или усовершенствованного страхового продукта, или технологического процесса; 2) инновации как система, которая представляет собой новую потребительскую стоимость, которая эффективнее удовлетворяет общественные потребности; 3) инновации как процесс - превращения идей, потенциального научно-технического прогресса в реальный, что проявляется в предоставлении новых товаров и услуг, использовании новых технологий и подходов в управлении бизнес-процессами.

Обобщения теоретических подходов к раскрытию сущности понятия «инновация» дали возможность усовершенствовать его определение как результат от инвестиций в новейшие разработки, внедрение которых позволяет усовершенствовать маркетинговую, организационную, ресурсную или технологическую составляющую бизнес-процессов страховщика и обеспечивает повышение прибыльности его деятельности, обеспечивая устойчивость финансового состояния страховщика.

Кларк К. и Кристенсен К. преподаватели Гарвардской бизнес школы, выделяют три типа инноваций:

1) инновации, расширяющие существующие возможности, - расширяют рынок, дают возможность более

широкому кругу потребителей пользоваться услугами, которые раньше были доступными лишь для незначительной части (например - развитие страхования - микрострахование, или использования облачных и Интернет-технологий в страховой деятельности);

2) поддерживающие инновации - проявляются в усовершенствовании существующих страховых продуктов и услуг характерные для большинства современных инноваций;

3) инновации, которые направлены на повышение эффективности страховой деятельности - проявляются в снижении административных или производственных расходов, затрат на продвижение страхового продукта (например это использование Интернет-технологий, специализированных программных комплексов для страховых компаний, которые автоматизируют бизнес-процессы страховщика)[22].

Согласно документа ОЭСР «Инструкция Осло» выделяют следующие 4 типа инноваций (в любой отрасли):

1. Продуктовая инновация - понимают внедрение товаров и услуг, которые являются новыми или значительно усовершенствованными по качеству и свойствам или возможностью использования. В сфере страхования может включать совершенствование способов предоставления услуг (эффективность и скорость предоставления); расширение перечня рисков, которые покрываются страховой услугой; предоставление абсолютно новых страховых продуктов или услуг. Примером могут служить усовершенствование в предоставлении страховых услуг через сеть Интернет[20].

2. Процессная инновация - понимают внедрение новых или значительно усовершенствованных способов доставки или создания страхового продукта или услуги. Имеет цель снижение себестоимости затрат по аквизиции страховой услуги [20].

3. Маркетинговая инновация понимают внедрение нового инструмента маркетинга, который включает значительные изменения в продвижении страхового продукта или услуги на страховом рынке [20].

Маркетинговые инновации нацелены на лучшее удовлетворение потребностей страхователей, открытия новых рынков сбыта и, как результат, увеличение объемов страховых премий. Примерами маркетинговых инноваций в страховой деятельности могут быть: 1) использование системы Интернет-продаж и демонстрация, популяризация страховых продуктов и услуг в рекламных роликах или фильмах; 2) изменение бренда, путем создания нового символа с целью позиционирования страхового продукта и услуги на новом рынке или формирования для него определенного имиджа; 3) внедрения персонифицированных информационных систем, благодаря которым становится возможным подбор страховых продуктов, которые удовлетворяют потребности конкретного клиента; 4) использование методов дифференциации цены на страховой продукт, позволяет страхователю выбирать желательные характеристики страхового продукта на Интернет-сайте страховой организации, признавая на нем с помощью страхового калькулятора цену страхового продукта в соответствии с избранными опциями [20].

4. Организационная инновация - понимают внедрение новых организационных методов в деловой практике страховой компании, в организации рабочих мест и внешних связей. Примерами организационных инноваций в страховой деятельности могут быть: 1) введение новых методов учебы сотрудников, путем организации баз данных о передовых методах деятельности компании, подборе учебного материала и другой информации, делая ее доступной для работников; 2) внедрение методов повышения квалификации через систему обучения и повышения квалификации; 3) использование автоматизированных систем управления [20].

На современном этапе развития страхового рынка наблюдается активное развитие программных комплексов для управления офисными задачами страховщика, автоматизация бизнес-процессов, переход на облачные Интернет-технологии. Использование Интернета как канала сбыта приводит к

значительному расширению страхового поля и уменьшению расходов страховщика. Эти процессы предопределены ростом количества Интернет-пользователей, изменением поведения страхователей в сфере страхования, которое требовало гибкости в деятельности страховщиков в соответствии с изменениями внешней среды [23].

Следует отметить, что инициатива относительно инноваций должна выходить не только от непосредственных участников рынка (страховщика и страхователей), определяя определенные предпочтения или обязательства, которые необходимо выполнять (например, внедрение новых стандартов деятельности).

Список литературы

1. Инновация. [Электронный ресурс].-Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
2. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М.: Эксмо, 2007. 862 с.
3. Плеханов Г.В. К вопросу о развитии монистического взгляда на историю. М.: Госполитиздат, 1949. 335 с.
4. Маркс К., Энгельс Ф. Манифест Коммунистической партии. М.: Политиздат, 1974. 63 с.
5. Ленин В.И. Полное собрание сочинений. Т. 1. М.: Издательство политической литературы, 1967. 695 с.
6. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. / Смит А. –М.: Соцэкгиз, 1962. -684 с.
7. Кондорсе Ж. Цит. По кн.. Инновационный менеджмент. Учеб. Пособие / Под ред. В.М. Аньшина, А.А. Дагаева. – М.: Дело. 2003. – С.10.
8. Рикардо Д. Сочинения. – Т.1: Начало политической экономии и налогообложения./ Рикардо Д. – М.: Госполитиздат, 1941. – 288с.
9. Маркс К. Собрание сочинений. 2-е изд. Т.23. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – М.: Политиздат. 1954-1981. – С.191
10. Хучек М. инновации на предприятиях и их внедрение / М. Хучек. – М.: луч, 1992. – С.17

11. А. Койре Нововведения и эксперименты в управлении экономикой: Тезисы докладов и выступлений. Всесоюзные семинары. М.: Институт экономики АН СССР. 1988. – С. 8.
12. Основы инновационного менеджмента: Теория и практика: Учебное пособие /под.ред. П.Н. Завлина и др. – М.: ОАО «НПО» Изд-во «Экономика»
13. Лапин Н. И. Актуальные проблемы исследования нововведений / Н. И. Лапин// Социальные факторы нововведений в организационных системах: Труды конф. – М., 1980. – С. 5-12
14. Барютин Л.С. Управление техническими нововведениями в промышленности /Л.С. Барютин. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1986. – С.12.
15. Санто Б. Инновация как средство экономического развития: пер. с венг. / Общ.ред. и вступ.ст. Б.В. Сазонова / Б. Санто. – М.: Прогресс, 1990. – С. 134
16. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / Фатхутдинов Р.А. –М.: ЗАО «Бизнес-школа Интел-Синтез», 1998
17. Соколов Д.В. предпосылки анализа и формирование инновационной политики / Д.В. Соколов, А.Б. Титов, М.М. Шабанов. СПб: ГУЭФ, 1997
18. Складорова Е.Е. Генезис теории инновационной экономики // Социально-экономические явления и процессы. 2012. № 7-8. С. 161–168.
19. Raynor M. E. The Innovator’s Manifesto: Deliberate Disruption for Transformational Growth. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.eighbooks.com/lib.php?q=the-innovator-smanifesto-deliberate-disruption-for-transformational-growth-by#!>
20. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных о инновациях. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECD OsloManual05_rus.pdf
21. Frascati Manual. Proposed standard practice for surveys on research and experimental development. [Электронный ресурс]. - Режим доступа:<http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/9202081e.pdf?expires=1507176163&id=id&accname=guest&checksum=03B752D52EB2D7713F3325127>
22. Christensen C. We are living the capitalist’s dilemma. [Электронный ресурс]. – Режим

доступа: <http://edition.cnn.com/2013/01/21/business/opinion-clayton-christensen/index.html>

23. Innovation in the insurance industry.

[Электронный ресурс].

–

Режим доступа:

<http://www.navg.com/resources/RC%20NAVIGATORS%20REPRINT.PDF>

F

© Смирнова Е.А., Потапов Е.И., 2020