

**ШВОДИАУЭР Г.**, д.э.н., Магдебургский университет (ФРГ)  
**ПЕРЕРВА П.Г.**, д.э.н., профессор, НТУ «ХПИ»  
**КРАМСКОЙ Д.Ю.**, к.э.н., доцент, НТУ «ХПИ»

## **ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА В ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНОМ СТРАХОВАНИИ**

В настоящее время экспортно-кредитное страхование имеет большое значение для стран, доля экспорта в экономике которых значительна. Данное исследование посвящено изучению особенностей продуктов экспортно-кредитного страхования на российском рынке и возможностей встраивания с помощью цифровых инноваций такой страховой услуги в единую экосистему поддержки российского экспорта.

Методологической основой исследования являются законодательные предписания, рабочие документы экспортно-кредитных агентств, модели страховых продуктов, статистика, а также различные методы анализа, такие как системный и логический.

В настоящее время продажа многих продуктов, товаров и услуг происходит через интернет-ресурсы, что дает возможность продавцам сэкономить средства на рекламу, аренду офисов, охватить большую категорию покупателей и получить прочие преимущества посредством таких продаж. Для отрасли страхования развитие электронных продаж договоров страхования через интернет также становится очень важным, поскольку такой канал продаж позволит страховщикам дополнительно снизить расходы на оплату вознаграждения посредникам. Украинские и немецкие страховые компании предлагают заключить договоры страхования дистанционно, в основном на своем сайте или с помощью мобильного приложения и, как правило, только по массовым видам страхования: страхование автотранспорта, страхование выезжающих за рубеж. Однако помимо таких предложений дистанционной продажи страховых продуктов вызывают интерес вопросы создания страховщиком своей IT-платформы и (или) экосистемы для комплексного продвижения и сопровождения страховых услуг. Рассмотрим такие возможности на примере экспортно-кредитного страхования.

Экспортно-кредитное страхование находится на стадии

своего развития, оно является одним из основных инструментов поддержки национальных экспортеров. Таким образом, группа экспортно-кредитного страхования образует свою экосистему, обладающую определенными параметрами экономической экосистемы. Исходя из сформированных основных характеристик экосистемы можно выявить следующие ее признаки:

- каждый из участников выполняет определенные функции в поддержке экспорта;
- электронная база ведения бизнеса экосистемы: общий сайт, на котором представлены продукты и сервисы компаний, проводимые мероприятия, информация о взаимодействии, а также есть регистрация в личном кабинете цифровой платформы;
- стратегия экосистемы: клиенто-ориентированная стратегия, которая направлена на оказание поддержки в виде комплексных услуг (финансирование, страхование, консультирование и др.) на любом этапе экспортной деятельности, в том числе на централизованное получение финансовых и нефинансовых услуг и продуктов, управление рисками экспортеров, сокращение финансовых затрат экспортеров и сроков по ведению внешнеэкономической торговой деятельности;
- единый бренд экосистемы: компании ассоциируются с комплексным предоставлением услуг благодаря единому сайту, единому логотипу, единой цифровой платформе, единой стратегии развития.

Можно заключить, что цифровые страховые продукты позволяют упростить получение страхования для экспортера и других участников экспортной сделки.

С одной стороны, есть следующие преимущества для потенциального страхователя:

- сокращение времени получения страховой защиты благодаря фиксированным критериям отбора и условиям страхования, а также срока рассмотрения заявки;
- потенциальный страхователь может в любое удобное для него время заполнить электронное заявление на страхование, т.е. продажа продукта работает круглосуточно;
- нет необходимости собственноручно подписывать документы, поскольку используется электронная подпись, а также дополнительно печатать документы;
- используется меньший пакет документов, необходимый для получения страхования.

С другой стороны, для страховщика также есть выгоды в такой форме страхования: у него будет сформирован однородный портфель рисков, поскольку страхователи отбирались по критериям, а также будет затрачено меньше времени на оценку полученного риска, что приведет к снижению расходов на заключение договоров страхования и повышению конкурентоспособности и возможности привлечения новых клиентов.

Однако экспортно-кредитное страхование не случайно выделяется в отдельную отрасль предпринимательских рисков. Не все страховые продукты являются шаблонными или коробочными, поэтому есть необходимость рассматривать некоторые случаи индивидуально. В том числе это связано с тем, что может присутствовать множество участников в сделке, а также сложная структура сделки и разная документация на входе в сделку. В связи с этим у страховщика возникает необходимость решения ряда следующих вопросов в части цифровизации страховых продуктов экспортно-кредитного страхования. Возможно, ли большую часть страховых продуктов перевести в электронные продажи? Что необходимо будет для этого сделать и какие условия страхования, условия экспортного контракта и условия кредитования (если в сделке присутствует банк) выделить? Какие необходимые критерии отбора, как структурировать страховой продукт и выстроить алгоритм сопровождения страхования?

В заключении стоит отметить, что продукты экспортно-кредитного страхования однозначно являются стимулом для роста экспортных сделок и выхода экспортеров на новые рынки. Поэтому их улучшение, в том числе повышение скорости и удобства оформления таких страховых продуктов за счет цифровизации (создания своей IT-платформы), а также экосистемы, является одной из важных задач для страховой компании.

#### **Список литературы:**

1. Белова Л. Цифровизация страховых продуктов в экспортно-кредитном страховании // Экономика, бизнес и финансы: вызовы современности.- С.Пб. : «Высшая школа экономики», 2021.- с.64-68;
2. Pererva P.G, Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // Науковий вісник Полісся. 2017. № 2 (10). Ч.2. С.144-149. URI: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/15196>;
3. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach / P. Pererva [et al.] // Problems and Perspectives in Management = Проблеми і перспективи менеджменту. – 2021. – Vol. 19, Iss. 1. – P. 24-38;

4. Перерва П. Г. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації / П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева, В. Л. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 60 (1169). – С. 78-81;

5. Косенко А.П., Кобелева Т.А., ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л. Диверсифікація направлений технологического мониторинга с использованием тригонометрических функций // *Стратегические ориентиры развития инновационной деятельности*. Харьков : «Щедра садиба плюс», 2013. С. 109-117;

6. Kosenko O. P. Monitoring the commercial potential of intellectual property / O. P. Kosenko, T. O. Kobielieva, N. P. Tkacheva // Науковий вісник Полісся = Scientific bulletin of Polissia. – 2017. – № 1 (9), ч. 2. – С. 140-145;

7. Кобелева Т. О. Методи оцінювання ефективності реклами та її впливу на споживачів / Т. О. Кобелева, Л. С. Марчук // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 25 (1134). – С. 79-84.

**Шводиуэр, Г., Перерва, П.Г., Крамской, Д.Ю.** Цифровая экономика в экспортно-импортном страховании / **Г. Шводиуэр, П.Г. Перерва, Д.Ю. Крамской** // Результаты научных конференций Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2021 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2021. Т. 1 : Труды XVIII-ої Міжнародної науково-практичної конференції «Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум-2021» 7-9 грудня 2021 р. – 2021. С. 123-126