

Ю. А. СОЛОВЬЕВА, аспирант

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», Российская Федерация, г. Москва

YULIA A. SOLOVYEVA, Postgraduate

Plekhanov Russian University of Economics, Russian Federation, Moscow

МЕТОДОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ МОДЕЛИ ЭФФЕКТИВНОГО СТРАХОВОГО МАРКЕТПЛЕЙСА

METHODOLOGY FOR FORMING AN EFFECTIVE MODEL INSURANCE MARKETPLACE

Аннотация. Современный страховой рынок имеет огромный потенциал как в переложении на эффективность экономической отрасли, так и в развитии научной мысли. Рассматриваются основные тренды развития новых технологий в качестве предпосылок разработки интерактивных торговых площадок для страхового бизнеса. Проведен анализ новых технических разработок в области сбора и обработки данных, удаленной идентификации клиентов, платежных систем. Проведен сравнительный анализ электронных сайтов кредитных учреждений, обзор электронных платформ электронного правительства, государственных услуг, мобильных приложений для осуществления кредитных и страховых услуг. Особое внимание уделено точечному рассмотрению банкострахования с уклоном на автострахование. Обозначены различные алгоритмы страхового поведения. Обнаруженные слабые места при переложении на возможные роли потребителя использованы в качестве основы для разработки системы взаимосвязей в рамках страховой экосистемы. Страховая экосистема для целей исследования была представлена в виде модуля. На основе особенностей ведения страхового бизнеса и потребительского позиционирования автором предложена модульная система взаимосвязи субъектов страхового рынка с учетом имеющихся видов маркетплейсов и возможностей облачных технологий. Рассмотрено воздействие предложенной схемы на отклик потребителей страховых услуг и изменение целевой аудитории.

Ключевые слова: страхование, маркетплейс, технологии, цифровизация, каналы продаж, виды связи, целевая аудитория, страховое поведение.

Abstract. The modern insurance market has a huge potential both in shifting to the efficiency of the economic sector, and in the development of scientific thought. The main trends in the development of new technologies as prerequisites for the development of interactive trading platforms for the insurance business are considered. The analysis of new technical developments in the field of data collection and processing, remote identification of customers, payment systems. A comparative analysis of electronic websites of credit institutions, an overview of electronic platforms for e-government, public services, and mobile applications for credit and insurance services was carried out. Special attention is paid to the point-by-point consideration of Bank insurance with a bias towards auto insurance. Various algorithms of insurance behavior are indicated. The identified weaknesses when shifting to possible consumer roles are used as a basis for developing a system of relationships within the insurance ecosystem. The insurance ecosystem for the purposes of the study were presented in the form of a module. Based on the features of the insurance business and consumer positioning, the author offers a modular system for the interaction of insurance market participants, taking into account the available types of marketplaces and the capabilities of cloud technologies. The impact of the proposed scheme on the response of consumers of insurance services and changes in the target audience is considered.

Keywords: insurance, marketplace, technologies, digitalization, sales channels, types of communication, target audience, insurance behavior.

Введение

Современные тенденции развития мировой экономики и бизнеса сопряжены с созданием новых производственных технологий, открывающих перспективы модернизации страхования в России. Новые технологии не просто расширяют возможности развития страхового бизнеса, а обуславливают необходимость поиска новых маркетинговых решений. Запущенные новыми технологиями интеграционные процессы способствуют повышению клиентоориентированности, увеличению числа потенциальных потребителей услуг, предполагая трансформацию каналов продаж и видов связи со страхователями.

В качестве одного из инструментов формирования цифровой среды информационного общества рассматривается интерактивная торговая площадка-маркетплейс [1]. Актуальность разработки маркетплейса подтверждается наличием такого проекта в перечне государственных программ и попытками его создания в рамках страхового рынка [2, 3].

С авторской точки зрения целесообразно построение страхового маркетплейса как платформы возможностями, выходящими за рамки торговой площадки. Внедрение в этот ресурс инструментов анализа и оценки эффективности автострахования как в целом по стране, так и в региональном аспекте, краткосрочного и долгосрочного прогнозирования поможет повысить конкурентоспособность отрасли. Страховые компании при этом смогут выступить привлеченными поставщиками страховых услуг. Добиться такого эффекта предполагается с применением облачных баз данных и цифровых технологий.

С целью анализа внутриотраслевых взаимосвязей и разработки схемы логически взаимосвязанных цепочек страхового бизнес-процесса в рамках маркетплейса целесообразна реализация следующих задач:

- анализ основных трансформационных процессов в социально-экономической среде общества, сопряженных с использованием новых технологий;
- обзор уже используемых технологий в социальной и экономической среде общества;

- определение слабых сторон в существующих взаимосвязях между участниками страхового процесса;

- разбор особенностей разработки маркетплейса.

Предполагаемый эффект от применения цифровых и облачных технологий интересует не только бизнес-аналитиков [4]. Развитие страхования в условиях становления цифровой экономики обсуждается научным сообществом. Делаются предположения о возможности страховой отрасли стать одним из драйверов развития экономики в ближайшей перспективе [5]. Анализируется эффект от применения современных платежных систем и возможности онлайн-платежей [6, 7]. В качестве направлений развития страхового дела обсуждаются процессы цифровизации, возможности анализа больших данных, использование машинного обучения и искусственного интеллекта [8, 9].

Основные тренды трансформационных процессов

При анализе генезиса развития общества в целом установлено, что новые технологии изменяют сознание и ожидания людей во всех сферах проявления их индивидуальности [10]. Это закономерно, поскольку общество находится в непрерывном развитии. На данный момент стадию развития общества по Тоффлеру можно отнести к постиндустриальному периоду [11]. Конвергенция нано- и биотехнологий, развитие, а также повсеместное внедрение информационных и когнитивных технологий в переложении на сводную систему волн Кондратьева подтверждают начало шестого цикла развития человечества [12].

В процессе детализации до уровня субъектов экономических отношений выявлено, что новые технологии инициировали множество процессов, которые необходимо рассматривать как направления модернизации подходов к организации и управлению бизнесом. Возникающие при этом новые реалии способствуют интеграции больших данных и искусственного интеллекта, виртуальной и дополненной реальности во все производственные процессы. В целом новый технологический прорыв обозначают как четвертую

промышленную революцию, изменяющую рынок труда, политические системы, технологический уклад, идентичность человека [13]. Прослеживается направление развития сферы услуг в части их трансформации для адаптации под конкретных потребителей (кастомизации). На законодательном уровне определена необходимость повсеместного внедрения систем упрощенной идентификации клиентов [14]. Основной упор в установлении новых взаимосвязей между производителем и потребителем делается с прицелом на эффективное развитие в условиях новой реальности и с использованием систем дизайнерских изменений Customer Relationship Management (CRM) [15]. Внедряются программы адаптации человечества к новым цифровым технологиям. Так, в рамках международного сотрудничества японскими учеными выдвинута гипотеза о возможности формирования общества с новым уровнем интеллектуального развития [16].

Прогрессивные технологии современного общества и экономики

Актуальность учета обозначенных тенденций можно оценить при анализе уже существующих онлайн-сервисов. С акцентом на объемы проводимых операций в рамках онлайн-коммерции, предоставляемых услуг и возможности интеграции участников, существующие онлайн-сервисы правомерно подразделить на следующие группы:

- интернет-магазины, которые помимо осуществления онлайн-продаж могут выполнять функции интернет-витрины или онлайн-аукциона;
- сервисы управления и распределения данных для формирования онлайн-инфраструктуры в виде платформ или программного обеспечения, облачных хранилищ и технологий, ИТ-аутсорсинга для корпоративной связи, гибридных моделей облачных вычислений (IaaS, PaaS, FaaS/ Maas, SaaS);
- маркетплейсы, различающиеся по типу участников, предлагаемым услугам, способам монетизации и типам структуры [17].

В некоммерческом секторе онлайн-сервисы представлены интернет-сайтами, электронными площадками, различными агрегаторами. Так, с целью предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме с использованием информационно-телекоммуникационной сети

Интернет создан единый «Портал государственных услуг». На нем граждане Российской Федерации могут воспользоваться удаленным обращением для получения услуги в области образования, заплатить налоги, запросить справки по финансам, пенсиям, пособиям. Также на портале имеются разделы природопользования, занятости, культуры и здоровья, позволяющие населению оформить различные документы и разрешения. На данный момент любой пользователь сети «Интернет» может воспользоваться быстрым поиском с помощью поисковых систем, сформированных на базе каталогов, рейтингов или указателей.

Что касается субъектов экономических отношений, то для учета операций и ведения профессиональной деятельности, а также корректной идентификации научных разработок и достижений, в электронном виде с возможностью свободного доступа представлена Единая система классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации (ЕСКК) Российской Федерации. Свои сайты имеют не только все коммерческие банки, но и Центральный банк РФ. На сайтах кредитных учреждений есть опции открытия счета, оформления кредита, вклада, осуществления денежных переводов.

Страховая отрасль

С учетом обозначенных тенденций развития общества и экономики отметим направления, которые опосредованно или напрямую влияют на развитие страхования как экономического института: развитие новых технологий, изменение потребительских предпочтений, трансформация мирового хозяйствования.

Непосредственно в рамках страховой отрасли имеются локальные сервисы и системы общероссийского масштаба. К локальным относятся сайты страховых компаний, предоставляющие возможности страхования онлайн (выбор страхового продукта, предварительный расчет и оплата премии, заключение договора страхования, обращение при наступлении страхового случая), проверку коэффициента Бонус-малус, выдачи диагностических карт.

Официальные сайты Всероссийского союза страховщиков (ВСС) и Российского союза автостраховщиков (РСА) являются пло-

щадками более высокого уровня. Их можно рассматривать с точки зрения общегосударственной значимости. На сайте РСА, помимо основных функций по онлайн-страхованию, уже осуществлена интеграция участников страхового рынка, реализована возможность проверки полиса любой страховой компании (в том числе лишенной лицензии или прекратившей свою деятельность), а также ознакомления с аналитическими отчетами. На сайте ВСС размещена информация для самостоятельного изучения и представлены отчеты о деятельности в рамках программы повыше-

ния финансовой грамотности граждан.

Действующие сервисы по предложению страховых услуг можно рассматривать с нескольких позиций. С одной стороны, представлены платформы и мобильные приложения, предназначенные для оформления страховых продуктов страховыми брокерами, с другой – мобильные приложения для апробации новых технологий в процессе взаимодействия субъектов страхования при реализации страховых услуг и наступлении события, имеющего признаки страхового (таблица 1).

Таблица 1 – Страховые сервисы и приложения*

	Для агентов и брокеров	Для страхователей
Оформление страхования	Интернет-сайты	Калькулятор страховки онлайн
	Электронные площадки	Сайты страховых компаний
	Агрегаторы	Сайт РСА
Оплата услуг/ страховой премии	Вывод денег 1 раз в месяц	Платежные системы онлайн
	Вывод денег не более 1500 р. сразу	Электронные кошельки
Обращение при наступлении страхового случая		Европротокол онлайн
		Помощник ОСАГО
		ДТП. Европротокол

* Разработана на основе открытых интернет-источников и сайтов государственных органов, страховых компаний, коммерческих банков в РФ.

Также в рамках исследования автором проведен анализ услуг по автострахованию, предлагаемых кредитными и страховыми компаниями (таблица 2). Анализ представленных ведущими банками РФ страховых услуг выявил наличие нескольких схем автострахования. Имеется вариант, когда при предложении добровольного страхования транспортного средства банки оформляют страховые

продукты в собственных страховых подразделениях. Обнаружено наличие универсальных банков, страховые подразделения которых являются участниками соглашения о ПВУ и могут оформлять ОСАГО. Только в одном из проанализированных кредитных учреждений выявлена возможность выбора действующей страховой компании, однако список партнеров ограничен количеством договоров.

Таблица 2 – Предложения кредитных организаций по автострахованию*

Кредитное учреждение	Страховая услуга	Примечания
Сбербанк	КАСКО	Сбербанк-страхование
ВТБ	КАСКО	ВТБ-страхование
Альфа-банк	КАСКО+ОСАГО	Являются участниками соглашения о прямом возмещении убытков
Тинькофф	КАСКО+ОСАГО	
Открытие	КАСКО	Интегрирована система взаимосвязи со страховыми компаниями
Газпромбанк	нет	Имеется описание страховых продуктов, возможность оформления онлайн отсутствует
Россельхозбанк	нет	
Московский кредитный банк	нет	
Банк Уралсиб	нет	
Райффайзен банк	нет	

* Разработана на основе открытых интернет-источников и сайтов государственных органов, страховых компаний, коммерческих банков в РФ.

Анализ ведущих страховых компаний показал, что ни одна из них не может выдать кредит. При этом все выбранные для анализа страховые компании имеют соб-

ственные сайты.

Также в рамках определения уровня взаимодействия участников рынка между собой автором предпринята попытка раз-

работки единого алгоритма страхового поведения. В качестве условия выбран потребитель, принявший решение о покупке автомобиля с привлечением кредитных средств. Процесс разработки показал, что при заданных условиях и имеющихся на данный момент особенностях функционирования страхового рынка построение единого алгоритма невозможно. По итогам разбора возникающих финансово-следственных связей сформировано два алгоритма: до осуществления государственной регистрации транспортного средства и после регистрации.

Алгоритм проявления страхового поведения до государственной регистрации при заданных параметрах выглядит следующим образом:

- выбор автомобиля;
- выбор автокредита;
- поиск банка;
- добровольное страхование автомобиля в том же банке.

Второй алгоритм страхового поведения возникает только после государственной регистрации транспортного средства и представлен следующими действиями потенциального страхователя:

- расчет страховой премии;
- выбор страховой компании;
- оформление страхового полиса;
- оплата комиссии.

При сравнении обоих алгоритмов было отмечено изменение алгоритма страхового поведения. Необходимо также отметить, что между этими алгоритмами на данный момент связи не обнаружено. На основе приведенного примера выделено несколько потребительских ролей (покупатель, заемщик, водитель, страхователь).

При дальнейшем сопоставлении ролей потребителя с предложениями поставщиков услуг на российском страховом рынке позволило обнаружить разобщенность всех имеющихся сервисов. Выявлено отсутствие взаимосвязей между кредитными учреждениями, страховыми компаниями и продавцами транспортных средств.

Разработка маркетплейса

В словаре экономических терминов приведена трактовка понятия «маркетплейс» только как электронной платформы, пред-

назначенной для коммерции [18]. Однако в рамках страховой отрасли маркетплейс недостаточно рассматривать как организованную систему розничной дистрибуции страховых продуктов и регистрации сделок на страховом рынке. Необходимо уделить внимание возможности осуществления аналитики и созданию информационного ресурса. Целесообразно подойти к формированию маркетплейса как проекта для сбора данных в целях андеррайтинга, с перспективой учета глобальных рисков, разработки прогрессивных и кластерных продуктов. При соблюдении указанных рекомендаций возможно будет реализовать подготовку к ожидаемой цифровой трансформации автомобильной промышленности и действовать на опережение в области разработки и анализа предложений услуг страхования беспилотных автомобилей и рисков их использования.

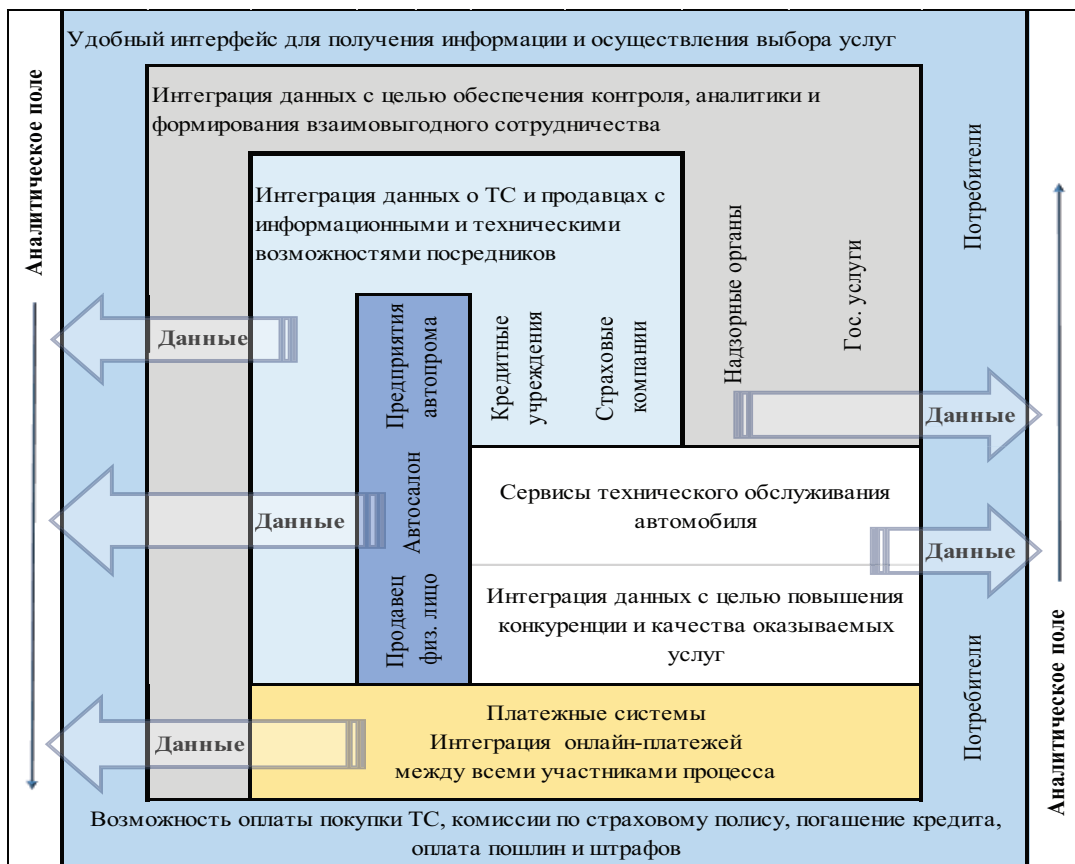
Этапы разработки маркетплейса разделяются на подготовительный и тестовый.

Подготовительный этап разработки маркетплейса включает:

- определение целевой аудитории (продавцы страховых продуктов, страхователи, надзорные органы);
- определение круга партнерских организаций, необходимых для соблюдения корректности бизнес-процесса;
- выбор технологической платформы (использование зарубежных информационных систем для страхования, синтез и интеграция в рамках одной платформы имеющихся отечественных разработок, создание нового интерактивного ресурса);
- анализ сервисов для оплаты;
- планирование сроков запуска проекта;
- расчет и анализ бюджета проекта.

Тестовый этап разработки маркетплейса направлен на улучшение функционала и выявление потенциальных проблем. Этот этап предполагает запуск пробной версии маркетплейса. Во время тестового периода уделяется внимание рекрутингу персонала, разработке технической поддержки целевой аудитории и бизнес-партнеров.

С учетом особенностей ведения страхового бизнеса и организации межотраслевых связей [19] автором предложена схема внутренней организации модели страхового маркетплейса (рисунок 1).



Модель страхового маркетплейса на основе интеграции межотраслевых связей в страховом бизнесе

Insurance marketplace model based on the integration of cross-industry relations in the insurance business

Структура модели предполагает интеграцию взаимозависимых и связанных сервисов и торговых площадок. Также в рамках построения маркетплейса с предложенной структурой целесообразно создание качественного аналитического пространства, представляющего ценность как при управлении бизнесом, так и в области научных работ. Логическое построение аналитического пространства как общей концепции функционирования маркетплейса включает следующие блоки: оценку развитости рынков автострахования, анализ и развитие страховой инфраструктуры; создание интерактивной карты рисков с учетом региональных особенностей.

При соблюдении предложенной модели взаимодействия многократно увеличивается количество и виды источников информации. Источниками информации будут служить статистические данные по договорам, премиям; дорожно-транспортным происшествиям, административным правонарушениям в части нарушения правил дорожного движе-

ния и управления транспортным средством без полиса ОСАГО; данные РСА и ВСС по количеству электронных полисов; данные Банка России (страховщиков) по региональному размещению филиалов, представительств, пунктов урегулирования убытков, автосервисам.

Также при более детальном разборе модели маркетплейса обнаруживается возможность многократного увеличения числа потенциальных потребителей. Это связано с тем, что работники автопромышленных предприятий, кредитных учреждений, страховых компаний, надзорных органов, государственных организаций, не имеющие транспортного средства, но планирующие его приобретение, будут иметь доступ к полноценной информации и услугам.

Наличие аналитических инструментов еще больше расширит целевую аудиторию, предоставив возможность дальнейшей интеграции со средствами массовой связи, образовательными учреждениями и научными центрами.

Заключение

Анализ уровня развития общества и экономики показал наличие достаточного количества сопутствующих факторов для создания эффективной интерактивной торговой площадки на рынке страховых услуг. Высокий уровень компьютеризации, быстрое развитие мобильных приложений и интернетизации страхового бизнес-пространства позволяют обеспечить доступ любому пользователю без привязки к месту проживания или расположению офисов. Использование облачных технологий облегчает хранение и использование больших данных, сокращает расходы субъектов страховых отношений.

На базе имеющихся технологий и выявленных взаимосвязей целесообразна разработка маркетплейса с концепцией аналитического ресурса. Продвижение разработок в этом направлении позволит изучить страховую отрасль в целом и ее развитие в регионах Российской Федерации. Предложенная модель страхового мактеплейса имеет высокий потенциал роста ее эффективности, в том числе с оценкой соответствия предложений страховых услуг потребностям регионов. Такая возможность появится после интеграции в страховом маркетплейсе данных об уровне экономического развития российских регионов с учетом доходов и расходов населения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Саблукова Ю. Г. Маркетплейс: новые возможности страхования // Страхование в информационном обществе – место, задачи, перспективы: Сборник трудов XX Международной научно-практической конференции / Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых. Владимир, 2019. С. 148–151.
2. Маркетплейс // Центральный Банк Российской Федерации / Развитие финансовых технологий [Электронный ресурс]. URL: https://www.cbr.ru/finmarket/market_place.
3. Русин В. Н. Особенности цифровизации в банковском и страховом секторах России // Экономика. Бизнес. Банки. 2019. Т. 10. С. 37–49.
4. Абдикеев Н. М. Парадигмы цифровой экономики: технологии искусственного интеллекта в финансах и финтехе: монография / Под ред. М. А. Эскиндарова, В. И. Соловьева. М. : Когито Центр, 2019. С. 147–156.
5. Крутенёв В. А. Цифровизация и ее влияние на трансформацию бизнес-моделей страховых организаций // Новая экономика, бизнес и общество: Материалы апрельской научно-практической конференции молодых ученых. Владивосток, 2019. с. 749.
6. Payment, clearing and settlement in various countries/BIS/Promoting global monetary and financial stability through international cooperation. URL: <https://www.bis.org/cpmi/paysysinfo.htm>.
7. Романенко О. А., Филинкова А. С. Рынок электронных финансовых услуг // Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах: Сборник научных трудов 9-й Международной научно-практической конференции / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Курский филиал. 2020. Т. 2. С. 69–74.
8. Кулешова И. А., Волков А. Ю., Яркин А. А. Актуальные проблемы цифрового страхования в РФ // Управление бизнесом в цифровой экономике: Сборник тезисов выступлений / под общ. ред. И. А. Аренкова, М. К. Ценжарик. 2019. С. 52–54.
9. Кондратюк К. В. Электронное страхование на российском страховом рынке: проблемы и перспективы развития // Новая экономика, бизнес и общество: материалы апрельской научно-практической конференции молодых ученых. Владивосток, 2019. С. 743.
10. Gurina M. A., Rumyantseva Yu. V., Liberman T. I., Shchetinina I. S. Leaders of Change Key Strategic Instruments: Marketplaces as the Basis of the Uberization Model for Managing Global Companies // International Transaction Journal of Engineering, Management and Applied Sciences and Technologies. 2020. Т. 11. № 3. С. 11A03A. URL: <https://tuengr.com/V11/11A02AM.pdf>.
11. Тоффлер Э. Третья волна. М. : АСТ, 2004. С. 784.
12. Коротаев А. В., Гринин Л. Е. Н. Д. Кондратьев и кондратьевские волны в мировой инновационной активности // Экономическая наука современной России, 2013. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/n-d-kondratiev-i-kondratievskie-volny-v-mirovoy-tehnoinnovatsionnoy-aktivnosti>.

13. Лукьянов И. В. Инновационная экономика и искусственный интеллект как движущие факторы четвертой промышленной революции // Экономика: вчера, сегодня, завтра. Аналитика Родис (Москва). 2019. Т. 9. № 7-1. С. 215–224.
14. Федеральный закон от 26 июля 2019 года №250-ФЗ «О внесении изменений в статью 7 Федерального закона «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» / Принят Государственной Думой 18 июля 2019 года [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_329999.
15. Customer Relationship Management / Canada Business Net-work. URL: <https://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/customer-relationship-management>.
16. Toward realization of the new economy and society/Keidanren (Japan Business Federation) / Outline April 19, 2016. URL: https://www.keidanren.or.jp/en/policy/2016/029_outline.pdf.
17. Финансовые маркетплейсы // Национальный банковский журнал / Аналитика и комментарии, 2018 [Электронный ресурс]. URL: <http://nbj.ru/publs/banki-ibiznes/2018/09/02/finansovye-marketpleisy/index.html>
18. Большой экономический словарь онлайн [Электронный ресурс]. URL: <https://rus-big-economic-dict.slovaronline.com/search?s=%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%B9%D1%81>.
19. Абдикеев Н. М., Лосев А. А., Гайдамака А. И. Концепция конкурентоспособных цепочек добавленной стоимости в производственных системах, как институциональной структуры, функционирующей на сетевых принципах // Computational nanotechnology. 2019. № 3. С. 61–67.

REFERENCES

1. Sablukova Yu. G. *Marketplejs: novye vozmozhnosti strahovaniya* [Marketplace: new insurance opportunities] // *Strahovanie v informacionnom obshchestve – mesto, zadachi, perspektivy: Sbornik trudov XX Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii / Vladimirsij gosudarstvennyj universitet imeni Aleksandra Grigor'evicha i Nikolaya Grigor'evicha Stoletovyh. Vladimir, 2019. pp. 148–151.*
2. *Marketplejs* // Central'nyj Bank Rossijskoj Federacii / *Razvitie finansovyh tekhnologij*. URL: https://www.cbr.ru/finmarket/market_place.
3. Rusin V. N. *Osobennosti cifrovizacii v bankovskom i strahovom sektorah Rossii* [Features of digitalization in the banking and insurance sectors of Russia] // *Ekonomika. Biznes. Banki*. 2019. Т. 10. pp. 37–49.
4. Abdikeev N. M. *Paradigmy cifrovoj ekonomiki: tekhnologii iskusstvennogo intellekta v finansah i fintekhe* [Paradigms of the digital economy: artificial intelligence technologies in Finance and FINTECH]: monografiya / Pod red. M. A. Eskindarova, V. I. Solov'eva. M. : Kogito Centr, 2019. pp. 147–156.
5. Krutenyov V. A. *Cifrovizaciya i ee vliyanie na transformaciyu biznes-modelej strahovyh organizacij* [Digitalization and its impact on the transformation of business models of insurance organizations] // *Novaya ekonomika, biznes i obshchestvo: Materialy aprel'skoj nauchno-prakticheskoy konferencii molodyh uchenyh. Vladivostok, 2019. pp. 749.*
6. Payment, clearing and settlement in various countries/BIS/Promoting global monetary and financial stability through international cooperation. URL: <https://www.bis.org/cpmi/paysysinfo.htm>.
7. Romanenko O. A., Filinkova A. S. *Rynok elektronnyh finansovyh uslug* [Market of electronic financial services] // *Sovremennye podhody k transformacii koncepcij gosudarstvennogo regulirovaniya i upravleniya v social'no-ekonomicheskikh sistemah: Sbornik nauchnyh trudov 9-j Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii / Finansovyj universitet pri Pravitel'stve Rossijskoj Federacii, Kurskij filial. 2020. Т. 2. pp. 69–74.*
8. Kuleshova I. A., Volkov A. Yu., Yarkin A. A. *Aktual'nye problemy cifrovogo strahovaniya v RF* [Actual problems of digital insurance in the Russian Federation] // *Upravlenie biznesom v cifrovoj ekonomike: Sbornik tezisov vystuplenij / pod obshch. red. I. A. Arenkova, M. K. Cenzharik. 2019. pp. 52–54.*
9. Kondratyuk K. V. *Elektronnoe strahovanie na rossijskom strahovom rynke: problemy i perspektivy razvitiya* [Electronic insurance in the Russian insurance market: problems and prospects of development] // *Novaya ekonomika, biznes i obshchestvo: materialy aprel'skoj nauchno-prakticheskoy konferencii molodyh uchenyh. Vladivostok, 2019. pp. 743.*

10. Gurina M. A., Rumyantseva Yu. V., Liberman T. I., Shchetinina I. S. Leaders of Change Key Strategic Instruments: Marketplaces as the Basis of the Uberization Model for Managing Global Companies // International Transaction Journal of Engineering, Management and Applied Sciences and Technologies. 2020. T. 11. № 3. pp. 11A03A. URL: <https://tuengr.com/V11/11A02AM.pdf>.
11. Toffler E. *Tret'ya volna* [The third wave]. M. : AST, 2004. pp. 784.
12. Korotaev A. V., Grinin L. E. N. D. *Kondrat'ev i kondrat'evskie volny v mirovoj tekhnoinnovacionnoj aktivnosti* [N. D. Kondratiev and Kondratiev waves in the global techno-innovation activity] // Ekonomicheskaya nauka sovremennoj Rossii, 2013. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/n-d-kondratiev-i-kondratievskie-volny-v-mirovoy-tehnoinnovatsionnoj-aktivnosti>.
13. Luk'yanov I. V. *Innovacionnaya ekonomika i iskusstvennyj intellekt kak dvizhushchie faktory chetvertoj promyshlennoj revolyucii* [Innovative economy and artificial intelligence as driving factors of the fourth industrial revolution] // Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra. Analitika Rodis (Moskva). 2019. T. 9. № 7-1. pp. 215–224.
14. Federal'nyj zakon ot 26 iyulya 2019 goda №250-FZ "O vnesenii izmenenij v stat'yu 7 Federal'nogo zakona "O protivodejstvii legalizacii (otmyvaniyu) dohodov, poluchennyh prestupnym putem, i finansirovaniyu terrorizma" / Prinyat Gosudarstvennoj Dumoj 18 iyulya 2019 goda. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_329999.
15. Customer Relationship Management / Canada Business Net-work. URL: <https://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/customer-relationship-management>.
16. Toward realization of the new economy and society / Keidanren (Japan Business Federation) / Outline April 19, 2016. URL: https://www.keidanren.or.jp/en/policy/2016/029_outline.pdf.
17. *Finansovye marketplejisy* [Financial marketplaces] // Nacional'nyj bankovskij zhurnal / Analitika i kommentarii, 2018. URL: <http://nbj.ru/publs/banki-ibiznes/2018/09/02/finansovye-marketplejisy/index.html>
18. *Bol'shoj ekonomicheskij slovar' onlajn* [Big economic dictionary online]. URL: <https://rus-big-economic-dict.slovaronline.com/search?s=%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%B9%D1%81>.
19. Abdikeyev N. M., Losev A. A., Gajdamaka A. I. *Koncepciya konkurentosposobnyh cepochek dobavlennoj stoimosti v proizvodstvennyh sistemah, kak institucional'noj struktury, funkcioniruyushchej na setevykh principah* [The concept of competitive value chains in production systems as an institutional structure operating on network principles] // Computational nanotechnology. 2019. № 3. pp. 61–67.

*Соловьева Юлия Анатольевна, аспирант,
главный специалист Блока урегулирования убытков ПАО СК «Росгосстрах»
E-mail: juliaso@list.ru*