

References

1. Horyn, V. (2015), "Problems of budget stimulation efficiency of housing construction in Ukraine", *Stalyi rozvytok ekonomiky*, iss. 2, pp. 26-34.
2. Kliidenko L.M. (2006), "Financial provision of social protection of the population of Ukraine", Thesis abstract for Cand. Sc. (Economic), 08.04.01, Ternopil, Ukraine.
3. Lopushniak, H.S. (2011), "Budget expenditures as an instrument of state regulation of social and economic development of Ukraine", *Naukovyi visnyk «Demokratychnе vriaduvannia»*, iss. 6, pp. 141-145.
4. Pavliuk, K.V. and Stepanova, O.V. (2012), "Modernization of the social protection system in the context of accumulation of social capital in Ukraine", *Finansy Ukrainy*, no. 6, pp. 15-29.
5. Rosenko predicts a decrease in revenues to the Pension Fund in 2016 by 110 billion hryvnias (2016), available at: http://dt.ua/ECONOMICS/rozenko-prognozuye-znizhennya-nahodzhen-v-pensiyniy-fond-u-2016-roci-na-110-milyardiv-griven-194297_.html (access date January 17, 2018).
6. Snisarenko, O.B. (2012), "Analysis of the level and quality of financing of the socio-cultural sphere in the context of the human development index", *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy mashynobudivnoi haluzi: problemy teorii ta praktyky*, no. 2, pp. 5-19.
7. Tropina, V.B. (2008), "Budget support for the social function of the state in Ukraine", *Finansy Ukrainy*, no.5, pp. 15-31.
8. Financial and statistical indicators of the Pension Fund in 2016, available at: <http://www.pfu.gov.ua/pfu/doccatalog/document?id=277122> (access date January 17, 2018).

Стаття надійшла до редакції 21.01.2018 р.

УДК 368.02:316.422.44

Черняк Я.,
канд. екон. наук, доцент кафедри
фінансів суб'єктів господарювання,
Університет Марії Кюрі-Склодовської в Любліні, Польща
Клапків Л.,
канд. екон. наук, старший викладач кафедри фінансів
Київський національний торговельно-економічний університет

ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ У СТРАХОВОМУ БІЗНЕСІ

Czerniak J.,
cand.sc.(econ), associate professor of the department
of finance of business entities
Maria Curie-Sklodowska University in Lublin, Poland
Klapkiv L.,
cand.sc.(econ), senior lecturer at the department of finance
Kyiv National University of Trade and Economics

DETERMINANTS OF DEVELOPMENT OF INNOVATIONS IN THE INSURANCE BUSINESS

Постановка проблеми. Страхова галузь сьогодні вважається однією із найбільш інноваційних у світі, поряд із банківською [1]. Цьому процесу насамперед сприяє такий чинник, як розвиток технологій, які впроваджуються на різних етапах надання страхової послуги. Зростання залежності страхової компанії від інновацій в інших галузях вимагає еластичності при стратегічному плануванні її розвитку. Інновації стають головним інструментом конкурентної боротьби на ринку, які дають можливість сформувати додану вартість страховому продукту.

З іншого боку, інновації також виступають джерелом додаткової непевності і ризику. Негативні наслідки реалізації таких ризиків можуть стати причиною операційних чи фінансових проблем у

компаній, що в кінцевому результаті призведе до послаблення конкурентних позицій на ринку або ж навіть до банкрутства.

З огляду на можливий суттєвий як позитивний, так і негативний вплив на функціонування страхового ринку, інновації вимагають глибокого вивчення та постійного моніторингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз дослідження інновацій, на нашу думку, варто поділити на два рівні: міжнародний і український. Такий підхід є виправданим, з огляду на значний розрив у розвитку інновацій та різне нормативно-правове середовище їх розвитку. Доцільно окремо розглядати сучасний стан і потенціал інновацій у високо розвинутих країнах та країнах, що розвиваються, базуючись на існуючих можливостях.

Серед українських науковців найбільшу увагу інноваціям в контексті страхової сфери приділяли М. Денисенко [2], О. Козьменко [3], Т. Мотошко [4], Р. Пікус [5], Н. Приказнюк [6]. Головним спектром таких досліджень є розвиток каналів збуту страхових послуг шляхом впровадження інноваційних технологічних рішень. Цікавими, на наш погляд, є праці Г. Терещенко і Н. Лис [7], в яких розглядається вплив інноваційної гіперконкуренції на страховий ринок та Л. Нечипорук [8] про розвиток страхового бізнесу в умовах мережевої економіки.

Серед зарубіжних науковців варто виділити праці Desyllas P., Sako M. [9] – оцінка принципу Pay As You Drive в автострахованні, Nicoletti B. [10] – SWOT аналіз для технологічних інновацій у страхуванні, Pearson R. [11] – зв'язок між видом страхування та інноваційним циклом, Peterson R., Rudelius W., Glenn W. [12] – маркетингові інновації у страховому бізнесі.

Позитивно оцінюючи результати проведених досліджень, визнано доцільним продовжити вивчення поставленої проблеми, зокрема щодо визначення шляхів і чинників подальшого розвитку інновацій у страховій діяльності на основі поглибленого дослідження світового та українського досвіду страхового бізнесу.

Постановка завдання. Метою дослідження є представлення і обґрунтування основних чинників розвитку інновацій на світовому та українському страховому ринку. Вирішення поставленої мети передбачає наступні завдання:

- ідентифікацію чинників, що впливають на розвиток інновацій;
- якісний аналіз впливу вибраних чинників на рівень інноваційності страхового бізнесу.

Об'єктом дослідження виступають інновації, що спрямовані на реалізацію інтересів учасників страхових відносин.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні питання формування інновацій та їх значення для страхового сектору на міжнародному та національному рівнях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вважається, що перше наукове визначення інновацій та їх значення для підприємництва дав Й. Шумпетер. Він охарактеризував інновації як зміни комбінацій факторів виробництва, яких неможливо досягти нескінченно малими кроками або варіаціями з маржею. Інновації полягають в основному у змінах способів виробництва та транспортування, у виробництві нового продукту, відкритті нових ринків або нових джерел матеріальних ресурсів.

У визначенні Й. Шумпетера, інновації мають радикальний характер – зумовлюють розвиток завдяки руйнації того, що було першоосновою інновації. До інновацій, згідно автора, належать [13, с. 66]:

- нові продукти;
- нові методи виробництва;
- нові джерела сировини;
- нові ринки збуту;
- нові форми і структури організаційні;
- нові методи управління.

Таке визначення лежить як в технічній, так і економічній площині. Зазначимо також, що Й. Шумпетер розрізняв поняття інновації та винаходу, причому підприємницькій діяльності були властиві саме інновації. Даний підхід підтверджує також методологія Осло: інновації повинні бути впроваджені (імплементовані) в практичну діяльність, а винахід – це первинна експериментальна форма інновацій [14]. Комплексна інновація в компанії може включати впровадження декількох не пов'язаних винаходів.

Схоже визначення дав П. Друкер, де під інноваціями розумів здатність формувати багатство, створюючи нові ресурси або використовуючи існуючі. Проте, на відміну від Й. Шумпетера, визначення П. Друкера репрезентує менеджерський підхід і розглядає інновацію як результат роботи знань, а не праці (англ. *the work of knowing rather than doing*). Він підкреслював, що, однак, функціонування підприємства може відбуватися в умовах «зросту, експансії та зміни», тому існує потреба систематичної інновації [15].

Як видно, початково поняття інновацій стосувалось технічних змін, які зумовлювали появу нових комбінацій засобів виробництва і генерування додаткових дивідендів. Пізніше, під впливом розгалуження і урізноманітнення галузей економіки, зміщувався акцент при визначенні інновацій, виходячи із прийнятого критерію, а також ваги виробничої та організаційної складових. Таким чином,

виходячи із запропонованих визначень Й. Шумпетера і П. Друкера, інновація, в економічному сенсі, це здатність створювати нову вартість. Здатність створення нової вартості є джерелом конкурентної переваги. Важливо зазначити, що така здатність повинна мати не епізодичний, а постійний систематичний характер.

В різних визначеннях поняття «інновації» підкреслюється ключовий характер цього явища – новизна. Така новизна часто розглядається з точки зору окремого суб'єкта, з огляду на властивість інновації розповсюджуватись (англ. - *diffusion*). Це означає, що про інновацію можна говорити тоді, коли йдеться про певну новизну для окремо взятого суб'єкта [16].

Базовим нормативно-правовим актом, який регламентує розвиток інновації в Україні є закон «Про інноваційну діяльність», відповідно до якого «інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» [17].

Друкер П. виявив сім джерел, що детермінують інноваційний розвиток. Ці джерела він класифікував на два типи: внутрішні «симптоми», які відчутні виключно суб'єкту інноваційної діяльності, та зовнішні. До внутрішніх належать [15, с. 35]:

- власні непередбачені успіхи та невдачі компанії та її конкурентів;
- недоліки, особливо ті, що виявляються в процесі, зокрема виробництві та дистрибуції або їх невідповідність потребам клієнтів;
- виробничі потреби;
- зміни в галузі загалом або структурі ринку.

Зовнішні джерела – такі, що характеризують зміну всього суспільства [15, с. 35]:

- демографічні зміни;
- зміни суспільних цінностей і їх сприйняття;
- нові знання.

Більшість з визначених чинників можна також застосувати до страхової галузі, модифікувавши та пристосовавши відповідно до її специфіки.

В сучасному опрацюванні можна виділити два ключові джерела інновацій у страхуванні: перше – технологічний прогрес (англ. – *technological push*) і друге – інновації, що обумовлені (вимушені) особливостями страхового бізнесу (англ. – *market pull*). На нашу думку, доцільним є також поділ на фактори-попиту і фактори-пропозиції. При такому підході всі чинники сортуються згідно сфери їх впливу.

З точки зору страхової компанії, чинники можна поділити на зовнішні і внутрішні, відповідно до джерела їх появи. Внутрішнє середовище охоплює страховий ринок як цілісний інститут, а зовнішні – чинники, чийм джерелом формування є оточуюче середовище (нормативно-правова, соціальна, економічна, політична, культурна та інші сфери). В таблиці 1 ми запропонували перелік основних чинників, що визначають інновації у страховому бізнесі згідно даного критерію.

Таблиця 1

Основні детермінанти інновацій у страховому бізнесі

Зовнішні	Внутрішні
<ul style="list-style-type: none"> - поширення мережевої економіки - розвиток ІТ технології, 4 Промислова Революція - конкуренція (в окремих випадках гіперконкуренція) - демографічні зміни - зміна культури ризику в суспільстві - поява альтернативного «страхування» - зміна структури страхового інтересу - державна ініціатива (програми підтримки, нормативно-правове поле) - зростання вартості життя та здоров'я людини - захист прав інтелектуальної власності - податкові преференції для інноваторів - якість вищої освіти в країні 	<ul style="list-style-type: none"> - асиметрія інформації між учасниками страхових відносин - поява нових ризиків та зростання існуючих - зростання вартості обслуговування страхових продуктів - зростання масивів даних та потреба їх швидкого опрацювання - потреба прийняття швидких рішень в умовах невизначеності - зростання превентивної ролі страхування - підвищення вимог до безпеки та захисту персональних даних клієнтів - вартість запровадження інновації в практичну діяльність компанії - сприйняття інновацій менеджментом та акціонерами компанії

Джерело: складено авторами

В подальшому дослідженні ми проаналізуємо найбільші істотні, на наш погляд, чинники, що мотивують страховий ринок до інноваційної діяльності.

Серед основних динамічних зовнішніх факторів, що зумовлюють зміни на страховому ринку можна визначити: зростання асиметрії інформації між клієнтом і страховиком, зміна покоління, їх соціальних норм та цінностей (покоління Millennials or Y) – потенційних клієнтів страхових компаній. З одного боку, страхова компанія хоче володіти більш повною і точною інформацією про свого клієнта, щоб максимально пристосувати пропозицію до його потреб. З іншого боку, клієнт також очікує справедливих страхових тарифів, з огляду на свою «поведінку» як клієнта страхової компанії

Асиметрія інформації між клієнтом і страховиком є рушійною силою інноваційної діяльності на страховому ринку. Інновації є відповіддю на недосконалість існуючих взаємозв'язків на страховому ринку, що не дають можливості учасникам ринку (страховикам, перестраховикам) знизити власні ризики і забезпечити максимальну продуктивність діяльності. Відсутність повної (часом достовірної) інформації про предмет страхування підвищує ризики в андеррайтингу компанії, зокрема в оцінці ризиків специфічних об'єктів або здоров'я. Так, наприклад, за відносно невеликі кошти людина може провести тест власної ДНК і одержати повну інформацію про можливі власні генетичні захворювання. З огляду на таку інформацію людина має мотивацію купити страховку з відповідним покриттям. З точки зору страховика, це можна трактувати як використання інсайдерської інформації. Проте з іншого боку, страхова компанія, володіючи більш точною інформацією про ймовірність реалізації ризику, може вдатися до негативної селекції клієнтів. Подібна проблема лягла в основу рішення про заборону обов'язкового ДНК-тесту для потенційних клієнтів страхових компаній в рамках антидискримінаційного законодавства в таких країнах, як Сполучені Штати Америки та Німеччина.

В основі страхування лежить збір та обробка великого масиву статистичних показників (англ. - *Big Data*) для побудови моделей, що можуть прогнозувати поведінку чи події з точки зору теорії ймовірності. Впродовж століть страховики були основними колекціонерами таких даних. Проте в сучасних умовах такі компанії, як Google, Apple, Amazon, Facebook здатні виконувати подібні функції. Так, прикладом компаній, що з'явилися і досягли значного успіху є Facebook, заснований у 2004 році, який не володіє і не виробляє жодного контенту; Aliexpress – дистриб'ютор товарів, який не має складів, Uber – один з найбільший сервісів таксі, який розвивався, не маючи власного парку автомобілів.

Згідно даних Міжнародної корпорації даних, об'єми інформації подвоюються кожних два роки: починаючи з 2005 року до 2020 року обсяг зріс від 130 екзобайтів до 40000 екзобайтів (40 трлн гігабайтів) [18, с. 766]. В такому масиві інформації страхові компанії можуть виокремити категорії даних, які сприятимуть більш точному андеррайтингу. З метою мінімізації браку інформації, страхова галузь все частіше імплементує в процеси андеррайтингу та ліквідації шкоди технологічні інновації. Наприклад *Big Data analytics, Internet of Things, Artificial Intelligence*, автономно керовані технічні засоби (*дрони, connected sensors*). Також в частині ліквідації збитків більша інформативність сприятиме мінімізації випадків шахрайства на ринку. Мобільні пристрої (англ. - *mobile apps*) спрощують і пришвидшують процес взаємодії клієнтів із страховою компанією. Вони дають можливість моніторингу і фіксації змін факторів, що впливають на страховий ризик, такі як манеру водіння автомобіля чи рівень артеріального тиску застрахованої особи.

На рисунку 1 показано графічне співвідношення кількості населення планети, міського населення та вибраних показників інформаційних технологій в динаміці, починаючи з 1990 по 2015 рік.

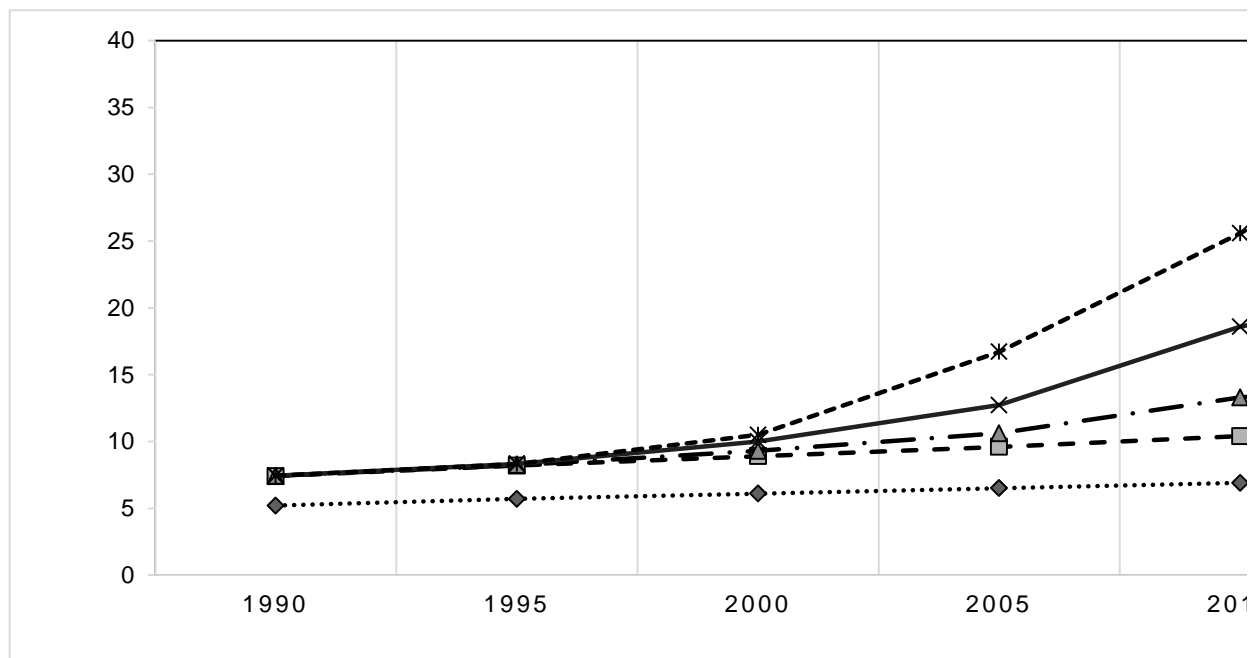


Рис. 1. Населення світу та вибрані показники інформаційних технологій, млрд од.
 Джерело: складено авторами на основі [19]

Як видно, непропорційно зростає кількість пристроїв передачі інформації по відношенню до кількості населення. В прогнозах до 2020 року, половина населення планети буде мати доступ до Інтернету, а на одного мешканця планети припадатиме 1,5 мобільних телефони [19]. Такі зміни в доступі до технічних інновацій дають також можливість розвитку іншим клієнтоорієнтованим галузям.

Тим більше, страхування за своєю природою ґрунтується на опрацюванні великого масиву інформації та аналітичних розрахунках.

Одним з прикладів взаємовпливу технологічних інновацій та страхового ринку є розповсюдження автономних транспортних засобів. За підрахунками компанії Aon, в 2035 році чисті страхові премії в галузі знизяться на 20 % саме в результаті збільшення кількості таких автомобілів на дорогах. Крім того, зміниться структура премій: збільшиться частка юридичних осіб-власників на фоні зменшення частки фізичних осіб-власників авто. В зв'язку з цим, до 2050 року прогнозується зниження премій на 40 % [20, с. 14].

Крім асиметрії інформації, траєкторію розвитку страхового бізнесу частково визначає поява нового покоління – “міленіумів”. Нове світосприйняття і тісний зв'язок з технологіями вимагають від страхових компаній відповідних рішень в залученні потенційних клієнтів. На наш погляд, страхова індустрія має можливість безпосередньо впливати на фінансову свідомість та фінансову грамотність майбутніх клієнтів завдяки таким додаткам, як, наприклад, *Facebook*.

З опитування американської компанії *Willis Towers Watsons* видно, що саме ця когорта є найбільш лояльною до страхових продуктово-процесових нововведень, пов'язаних із технікою. Опитування 1000 респондентів показало, що серед міленіумів (1981–1992 роки народження) – 79 % віддаватимуть перевагу автомобілю з технологією *Used Based Technology*, серед покоління X (1965–1980 рік народження) – такий автомобіль обирають 66 % опитаних, серед покоління *Baby Boomers* (1946–1964 роки народження) – 42 % [21].

Висновки з проведеного дослідження. Страховий бізнес є одним з основних бенефіціарів інновацій в економіці. З одного боку, специфіка ведення страхової справи вимушує компанії звертатись до інновацій. Потреба в імплементації інноваційних рішень зумовлена двома принципами страхування: постійним опрацюванням великих масивів даних та асиметрією інформації, що може бути джерелом ризику в страховій діяльності. Для мінімізації можливих негативних наслідків страхові компанії все частіше звертаються до сучасних технологічних інновацій.

Характерною рисою інновації в страховому бізнесі є не лише новизна, а й істотне практична значення нововведення. Технологічний прогрес пропонує нові підходи до вирішення страхових завдань, тому все частіше інновація є вихідним результатом неекономічної галузі. Проте будь яке нововведення повинно мати своїм наслідком позитивні ефекти для страховика.

В статті охарактеризовано дві основних чинника: внутрішній – асиметрію інформації та зовнішній – зміну поколінь та моделі їх поведінки. Для мінімізації інформаційного відхилення все більшого значення набувають технологічні пристрої та програми. Натомість другий чинник – соціально-демографічний – обумовлює застосування нових клієнтоорієнтованих рішень в маркетинговій площині.

Література

1. Hocking, J., Wood, A., Dally, N. et al. (2014), Insurance and Technology: Evolution And Revolution in a Digital World, “Blue Paper” Morgan Stanley Research, URL: www.bcgperspectives.com/Images/evolution_revolution_how_insurers_stay_relevant_digital_world.pdf (дата звернення: 25.07.2017).
2. Денисенко М., Коргун О. Інновації на страховому ринку України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 21. С. 79–82.
3. „4 Р” маркетингу страхових компаній: монографія / кер. авт. кол. д.е.н., проф. О. В. Козьменко. – Суми : Університетська книга, 2014. 431 с.
4. Моташко Т. П. Розвиток світового ринку страхування в умовах діджиталізації. *Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2016. № 182. С. 18–24.
5. Пікус Р., Закоподяжний В. Інноваційний розвиток страхової діяльності як основа підвищення її ефективності. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2015. Вип. 3. С. 72–80.
6. Приказюк Н. В., Моташко Т. П. Нові можливості для розвитку страхової системи України. *Український журнал прикладної економіки*. 2016. Том 1. № 4. С. 177–192.
7. Терещенко Г. М., Лис Н. П. Глобальна інноваційна гіперконкуренція та її вплив на діяльність вітчизняних страхових компаній. *Наукові праці НДФІ*. 2017. Вип. 2. С. 88–96.
8. Нечипорук Л. В. Інновації на ринку страхових послуг в умовах мережевої економіки. *Współczesne trendy w gospodarce i sektorze publicznym*: monography. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2016. P. 165–174.
9. Desyllas P., Sako M. Profiting from business model innovation: Evidence from Pay-As-You-Drive auto insurance. *Research Policy*. 2013. no 42(1). Iss. 1. pp. 101–116.
10. Nicoletti B. Digital Insurance. Business Innovation in the Post-Crisis Era, Palgrave Macmillan UK. 2016. 339 p.
11. Pearson R. Towards an historical model of services innovation: the case of the insurance industry. *Economic History Review*. 1997. vol. 2. pp. 235–256.
12. Peterson R., Rudelius W., Glenn W. Spread of Marketing Innovations in a Service Industry Source. *The Journal of Business*. 1972. vol. 45, no. 4, pp. 485–496.

13. Schumpeter J. The theory of economic development. An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle. Cambridge: Harvard University Press, 1934 (Reprint 1983: Transaction Publishers), URL: <https://books.google.pl/books?id=OZwWcOGeOwC&printsec=frontcover&hl=uk#v=onepage&q&f=false> (дата звернення: 13.01.2018).
14. Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, OECD Publications, 1992. URL: www.oecd.org (дата звернення: 20.09.2017).
15. Druker P. Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. HarperCollins Publishers, UK, 2002. 277 p.
16. Anderloni L., Bongini P. Is Financial Innovation Still a Relevant Issue? Financial Innovation in Retail and Corporate / red. L. Anderloni, D. Llewellyn, R. Schmidt. Edward Elgar Publishing, 2009. pp. 41–63, URL: www.elgaronline.com/view/9781848440401.00003.xml (дата звернення: 13.01.2018).
17. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 № 40–IV. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/card/40-15> (дата звернення: 20.09.2017)
18. Big Data: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications. Information Resources Management Association (USA), IGI Global, 2016. URL: <https://books.google.pl/books?id=BKEoDAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=uk#v=onepage&q&f=false> (дата звернення: 13.01.2018).
19. The statistic, “Number of network connected devices per person around the world from 2003 to 2020”, URL: www.statista.com/statistics/678739/forecast-on-connected-devices-per-person/ (дата звернення: 13.01.2018).
20. Aon, “Global Insurance Market Opportunities. Insurance risk study”. 2016. URL: <http://www.aon.com/2017-global-insurance-market-opportunities-report/index.html> (дата звернення: 13.01.2018).
21. Werner G. Technology risk in insurance: why carriers can't stay stationary for long. 2017. URL: www.willistowerswatson.com/en/insights/2017/09/Technology-risk-in-insurance-why-carriers-cannot-stay-stationary-for-long (дата звернення: 13.01.2018).

References

1. Hocking J., Wood A., Dally N. et al. (2014), Insurance and Technology: Evolution And Revolution in a Digital World, “Blue Paper” Morgan Stanley Research, available at: www.bcgperspectives.com/Images/evolution_revolution_how_insurers_stay_relevant_digital_world.pdf (access date: July 25, 2017).
2. Denysenko, M. and Korgun, O. (2015), “Innovations on the insurance market of Ukraine”, *Investycii: praktyka ta dosvid*, no. 21, pp. 79–82.
3. Kozmenko, O. et al. (2014), “4 P” marketingu strachovykh kompanii [„4 P” of marketing of the insurance companies], Universytetska knuga, Sumy, Ukraine, 431 p.
4. Motashko, T. (2016), “Development of world insurance market in the conditions of digitalization”, *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics*, no. 182, pp. 18–24.
5. Pikus, R. and Zakolodiaznyi V. (2015), “Innovation development of insurance activity as a basis of it effectivity increase”, *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics*, no. 3, pp. 72–80.
6. Prykaziuk, N. and Motashko, T. (2016), New opportunities for development of insurance system of Ukraine, *Ukrainian Journal of Applied Economics*, no. 4, pp. 177–192.
7. Tereshchenko, H. and Lys, N. (2017), Global innovation hipercompetition and it influence on the activity of native insurance companies, *Naukovi pratsi NDFI*, no. 2, pp. 88–96.
8. Nechyporuk, L. (2016), Innovations on the market of the insurance service in the conditions of network economy, *Contemporary trends in the economy and the public sector*: monography, The Academy of Management and Administration in Opole, Opole, Poland, pp. 165–174.
9. Desyllas, P. and Sako, M. (2013), Profiting from business model innovation: Evidence from Pay-As-You-Drive auto insurance, *Research Policy*, no. 42(1), Iss. 1, pp. 101–116.
10. Nicoletti, B. (2016), Digital Insurance. Business Innovation in the Post-Crisis Era, Palgrave Macmillan UK, 339 p.
11. Pearson, R. (1997), Towards an historical model of services innovation: the case of the insurance industry, *Economic History Review*, vol. 2, pp. 235–256.
12. Peterson, R., Rudelius, W. and Glenn, W. (1972), Spread of Marketing Innovations in a Service Industry Source, *The Journal of Business*, vol. 45, no. 4, pp. 485–496.
13. Schumpeter, J. (1934), The theory of economic development. An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle. Cambridge: Harvard University Press (Reprint 1983: Transaction Publishers), available at: <https://books.google.pl/books?id=OZwWcOGeOwC&printsec=frontcover&hl=uk#v=onepage&q&f=false> (access date January 13, 2018).
14. Oslo Manual (1992), Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, OECD Publications, available at: www.oecd.org (access date September 20, 2017).
15. Druker, P. (2002), Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. HarperCollins Publishers, UK, 277 p.

16. Anderloni, L. and Bongini, P. (2009), Is Financial Innovation Still a Relevant Issue? Financial Innovation in Retail and Corporate, red. L. Anderloni, D. Llewellyn, R. Schmidt, Edward Elgar Publishing, pp. 41–63, available at: www.elgaronline.com/view/9781848440401.00003.xml (access date January 13, 2018).

17. The Verkhovna Rada of Ukraine (2002), The Law of Ukraine “Innovation activity” dated 4 July 2002 No 40, available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/card/40-15> (access date September 20, 2017).

18. Big Data: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications (2016), Information Resources Management Association (USA), IGI Global, available at: <https://books.google.pl/books?id=BKEoDAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=uk#v=onepage&q&f=false> (access date January 13, 2018).

19. The statistic, “Number of network connected devices per person around the world from 2003 to 2020”, available at: www.statista.com/statistics/678739/forecast-on-connected-devices-per-person/ (access date January 13, 2018).

20. Aon, “Global Insurance Market Opportunities. Insurance risk study” (2016), available at: <http://aon.com/2017-global-insurance-market-opportunities-report/index.html> (access date January 13, 2018).

21. Werner, G. (2017), “Technology risk in insurance: why carriers can't stay stationary for long”, available at: www.willistowerswatson.com/en/insights/2017/09/Technology-risk-in-insurance-why-carriers-cannot-stay-stationary-for-long (access date January 13, 2018).

Стаття надійшла до редакції 18.01.2018 р.

Рецензент: д.е.н., професор Тернопільського національного економічного університету В.Г. Дем'янишин

УДК 336.1

Роменська К.М.,
канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів
Клокова Л.О.,
бакалавр
Університет митної справи та фінансів

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ПОТОКАМИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Romenska K.M.,
cand.sc.(econ.), assoc. prof., associate professor
at the department of finance
Klokova L.O.,
bachelor
University of Customs and Finance

MANAGEMENT OF THE FINANCIAL FLOWS OF LOCAL BUDGETS IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF DECENTRALIZATION

Постановка проблеми. На сьогодні процес управління фінансовими потоками в Україні, особливо очікувані результати від цього процесу не відповідають стандартам економічно розвинених країн Європейського Союзу, не забезпечуючи повноцінну фінансову самостійність органів державної влади та органів місцевого самоврядування. Відсутність ефективної моделі бюджетного устрою країни, системи оцінки фінансового становища та якості управління фінансами перешкоджають ефективному розвитку державної фінансової системи в умовах Євроінтеграційного курсу України. Відтак необхідним є вивчення досвіду високорозвинених європейських країн із реформування державної фінансової системи і формування відповідної політики управління бюджетними потоками на місцях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування та спрямування фінансових потоків місцевих бюджетів України, зміцнення їх фінансової бази досліджували вчені: В. Тимощук [9], А. Павлюк, О. Баталов, О. Дацко, І. Валюшко, С. Барвіцький [8] та інші. Вчені стверджують про