

Гречка Юлія (Запоріжжя, Україна)

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ У СТРАХОВІЙ ГАЛУЗІ

Сучасні методи соціально-економічного розвитку потребують нових технологій для системи формування лояльності клієнтів та сучасних стандартів для гармонізації міжнаціональних зв'язків. Впровадження інновацій у функціонування інформаційно-аналітичного забезпечення формування лояльності клієнтів в умовах інформаційно-комунікативної сфери сучасного суспільства, є сьогодні одним із першочергових завдань українського державотворення. У сучасному інформаційному світі комунікація є тим соціальним стрижнем, у якому перетинаються, взаємодіють і між людські стосунки, технологічні відкриття, суспільно-економічні процеси та культурні прагнення суспільства. На сьогодні питання застосування нових технологій у моделях формування лояльності клієнтів не знайшло достатнього відображення в науковій літературі. Стан наукової розробки полягає у вивченні питання лояльності клієнтів вітчизняними та зарубіжними вченими. Дана тема є досить добре вивченою і підкріпленою рядом досліджень. Серед зарубіжних вчених найбільш відомими дослідниками є Ф. Райхельд, А.Парасураман, Л. Беррі, К.Гренросс, У. Макдаугалл, Х. Лі, Т. Левескі, М. Бітнер, В.Цайтамл, С. Форньє, Ж.- Ж. Ламбен, Ф. Котлер, Дж. Кронін, У. Тейлор, Ф. Вебстер, Р.Ебрат та ін. У даній роботі використовувалися напрацювання вітчизняних вчених, таких як А.Г. Андреев, Б.А. Соловйов, А.В. Цисар та ін.

На протязі двох останніх десятиріч набув широкого визнання принципово новий засіб масової комунікації – глобальні електронні інформаційні мережі. Першопричиною, що спричинила грандіозні зміни в технологіях, застосовуваних у страховому бізнесі, стала поява і широке розповсюдження Інтернету. Змінилася модель керування бізнесом, радикально змінилась поведінка споживача. Цей огляд розвитку світової індустрії, зокрема в страхуванні, дозволяє виявити основні тенденції змін, як у характері бізнесу, так і технологій, застосовуваних для утримування лідируючих позицій на ринку послуг. Діяльність компанії являє собою ланцюжок процесів, починаючи від маркетингу і планування, до продажу послуги і подальшого врегулювання збитку.

Теоретичні розробки в сфері страхування здійснювали ще на початку минулого століття в працях таких вчених, як Н. Вигдорчик, В. Догадов, Н.Семашко, а на сьогоднішній день дослідницькі традиції в цій сфері підтримують такі видатні науковці, як В.Роїк, Т.Герасимів та інші. Однак проблемам впливу новітніх глобальних тенденцій соціально-економічного розвитку на систему соціального страхування в сучасній літературі приділяють недостатньо уваги, а саме вони значним чином впливають на формування

лояльності клієнтів. У переважній більшості публікацій проблеми системи соціального страхування спричинюються винятково внутрішніми процесами економіки країни, тобто сукупністю внутрішніх соціально-економічних і демографічних чинників.

Однак, на наш погляд, ефективне вирішення наявних у вітчизняній системі соціального страхування проблем неможливе без врахування повного переліку чинників впливу на параметри функціонування даної системи, тобто без врахування впливу таких світових тенденцій, як підсилення глобалізаційних процесів і поширення інформаційних технологій. Мета проекту – розкрити особливості формування лояльності клієнтів з використанням інформаційних технологій (на прикладі страхової компанії АСКО ДС «Запорізький філіал».

Література:

1. Andriukaitiene Regina, Voronkova Valentyna, Kyvliuk Olga, Maksimenyuk Marina and Aita Sakun. *Theoretical insights into expression of leadership competencies in the process of management. Problems and Perspectives in Management*, 15(1-1), 220-226. / *Проблемы и перспективы в сфере менеджмента*. Сумы, 2017. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.15\(1-1\).2017.09](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.15(1-1).2017.09).
2. Voronkova Valentina, Kyvliuk Olga. *Philosophical reflection smart-society as a new model of the information society and its impact on the education of the XXI century. Future Human Image*. – 2017 *Future Human Image*, Том 7, 2017. <http://www.fhijournal.org/?cat=7>
<http://www.bazaluk.com/journals>.
3. Соснін О.В., Воронкова В.Г., Ажажа М.А. *Філософія гуманістичного менеджменту (соціально-політичні, соціально-економічні, соціально-антропологічні виміри): Навчальний посібник* / О. В. Соснін, В. Г. Воронкова, М. А. Ажажа – Запоріжжя : Дике поле, 2016. – 356 с.
4. Старовойт О.В. *Інноваційна культура особистості в контексті соціокультурного розвитку* / О.В.Старовойт // *Гілея : науковий вісник* : [зб. наук. пр.] – К. : Вид - во УАН ТОВ «НВП» «ВІР», 2017. – Вип. 122. – С. 192 - 195.
5. Мельник В. В *Формування концепції інформаційного менеджменту: сутність, задачі, основні напрями розвитку* / В. В. Мельник // *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії* : [зб. наук. пр.]. – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2012. – Вип. 49. – С. 122 – 134.
6. Voronkova Valentina. *The Formation of the Concept of Noosphere Development of Modern Society in the Conditions of Information Society*. /«*Philosophy and Cosmology*», Vol. 16.- Kyiv: ISPC, 2016. – P. 179-191. 6. Voronkova Valentina. *Receptions of human dimension in the context of anthropological discourse of humanistic management* / Valentina Voronkova //Voronkova Valentina // *Future Human Image*. - 2016.
7. Voronkova Valentina, Kyvliuk Olga. *Philosophical reflection smart-society as a new model of the information society and its impact on the education of the XXI century. Future Human Image*. – 2017 *Future Human Image*, Том 7, 2017. <http://www.fhijournal.org/?cat=7>
<http://www.bazaluk.com/journals>.