

Сукупність варіантів провадження Інтернет-страхування дозволяє кожній компанії обрати такий алгоритм взаємодії з клієнтом, який найкраще зможе використати наявні ресурси та потребуватиме розумних вкладень нових. Можливість вибору алгоритму взаємодії з клієнтом через мережу Інтернет ліквідує бар'єр виходу в сегмент Інтернет-страхування.

Створення страхових репозиторіїв є значною альтернативою для ринку інтернет страхування. Функціонування нової інституції спростить для страхових компаній та клієнтів роботу з полісами у бездокументарній формі. Позитивними аспектами впровадження страхових репозиторіїв є: зниження витрат на обслуговування клієнтів; розширення територіального охоплення страховими продуктами; покращення страхової культури; створення можливості самообслуговування; зниження впливу людського фактору.

1. *Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг Закон України від 12.07.2001 2664-III: Відомості Верховної Ради України: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2664-14>*

2. *Insurance Industry Institute [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.iii.org/stat/sandbox/>*

3. *Wall Street Journal [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://online.wsj.com/sandbox/archive/admin/>*

**Жалдак Г.П.**

к.е.н., асистент

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут»

## **СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ У ХХІ СТОЛІТТІ**

Кризовий стан економіки України, який, на жаль, став реальністю сьогодні, втрата робочих місць та ринків збуту зумовлює зростання зацікавленості у дослідженні перспективних інструментів управління економічними процесами, зокрема, соціального капіталу. Більшість авторів зводяться до думки, що під соціальним капіталом варто розуміти усталені норми поведінки, довіру та мережеву діяльність.

За останні роки в економічній царині є напрацювання, що засвідчують значимість соціального капіталу в управлінні економічними процесами. Так, використання соціального капіталу може стати інструментом зниження витрат у створенні конкурентних переваг та отриманні додаткового прибутку. У цьому контексті ми погоджуємося із думкою Ф. Фукуями, у тому що «соціальна взаємодія служить визначальним фактором економічного процвітання і сталого розвитку. Соціальний капітал — не просто сума інститутів, що підтримують суспільство, а скоріше “клей”, що утримує разом різні його частини. Соціальний капітал складається, насамперед, з горизонтальних зв'язків між людьми і включає соціальні мережі (сукупність суспільних і неформальних об'єднань, інтерперсональні зв'язки – особисті, сімейні, ділові) та відповідні норми, що впливають на продуктивність і добробут різних співтовариств» [1].

Тому варто намагатися оцінювати та управляти не лише матеріальним, фінансовим та людським, але й соціальним капіталом, який існує у соціальних зв'язках у середині та зовні економічних систем, а ще точніше, варто управляти його якістю, розміром та напрямом існування структурних складових. За умови високого рівня довіри, як важливої складової соціального капіталу, усі інститути мають єдиний вектор розвитку, реформи проходять більш гладко, і це відображається на добробуті громадян,

стабільності роботи підприємств і заможності країни загалом. У цьому контексті питання формування соціального капіталу та становлення інститутів довіри стають надзвичайно актуальними для ефективного управління сучасними економічними процесами. Особливу увагу варто приділити також культурі, діловій етиці та комунікаційним зв'язкам. Комунікаційний менеджмент, представлений розвинутою мережею структур для забезпечення економічного зростання, його адаптації до місцевих потреб, створення нових знань та технологій, має зайняти належне місце у сучасній економічній системі. Усе викладене вище надає можливість виявити глибинні закономірності актуалізації використання соціального інструментарію в управлінні економічними процесами на мікро-, мезо- та макрорівнях.

Отже, тільки за умови розумної інтеграції у систему існуючих соціально-економічних відносин через формування комунікаційних, статусних, іміджевих бар'єрів входу в такі мережі, можна стати лідером на ринку. У зв'язку з вкладеним вище виникає необхідність у подальшому дослідженні та розробленні такого механізму економічного розвитку, який би враховував особистісні характеристики працівників, їх можливості та реальний стан економіки.

1. Кузьменко В. П. Соціальний капітал суспільства Френсіса Фукуями у створенні та розвитку НІС [Електронний ресурс] / В. П. Кузьменко // Інститут еволюційної економіки. – Режим доступу <http://iee.org.ua/ru/publication/77/>

2. Фукуяма Ф. Що таке соціальний капітал? / Ф. Фукуяма // День. – 2006. – № 177. – С. 11-12.

**Злотнік М.Л.**

студентка гр. МЕ-32

Науковий керівник – к.е.н., доцент Кулиняк І.Я.  
Національний університет «Львівська політехніка»

## **СІМЕЙНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Сімейний бізнес є невід'ємною частиною світової економіки, в тому числі вітчизняної. Близько 30 % всіх компаній з обсягом продажів понад 1 мільярд доларів є бізнесом сімейного типу. Серед них відомі всім світові бренди: Volkswagen, Fiat, BMW, Aldi, Auchan, Roche, Ikea, L'oreal, Swatch [1]. Для України сімейний бізнес як явище тільки починає розвиватись. Безумовно, український сімейний бізнес існує, проте він не легалізований та не виокремлений, не являє собою самодостатню правову категорію. Втім, за даними Асоціації власників сімейного бізнесу України, близько 80 % малих підприємств країни є саме сімейним бізнесом [2]. Оскільки перші приватні підприємства були створені в роки здобуття незалежності, зараз відбувається момент першої передачі бізнесу в Україні у друге покоління, тому тема сімейного підприємництва потребує особливої уваги.

Серед переваг сімейного бізнесу можна виділити [3]:

- високий рівень довіри між власниками;
- націленість на довгострокову перспективу, а не на швидкий прибуток;
- сприятливий психологічний клімат, згуртованість працівників;
- наявність певних цінностей та традицій, які зберігаються з покоління в покоління, що створює позитивну репутацію сім'ї-власнику;
- вищий рівень соціальної відповідальності, ніж у несімейних підприємствах;
- простота й прозорість у системі управління;
- адаптованість до стресових умов, швидкість прийняття рішень.