

Инновационные подходы к организации страхования

© Е.Н. Лобачева, Т.И. Кузнецова

МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва, 105005, Россия

Исследованы инновационные подходы к организации страхования. Рассмотрены модели различных систем онлайн-страхования. Раскрыт перечень страховых услуг, предоставляемых клиентам с современных онлайн-порталов. Описаны особенности российских страховых интернет-услуг. Предложен ряд мер по повышению эффективности информационной системы российских страховых компаний с учетом опыта Западной Европы и США.

Ключевые слова: *страховые интернет-услуги, менеджмент страхового онлайн-пространства, активные и пассивные модели онлайн-страхования*

Современные достижения в развитии информационно-коммуникационных технологий привели к созданию глобальной электронной среды, в которой может осуществляться любая экономическая, в том числе и страховая, деятельность. В данных условиях возрастает возможность заключения договоров страхования в режиме трансграничной торговли. При этом повышается интенсивность внедрения инновационных продуктов и завоевания новых потребителей через дополнительные каналы распространения страховых услуг.

Создание единого информационного страхового пространства, стандартизация и автоматизация всех участков деятельности страховых компаний обеспечивают успехи их деятельности. Решение задач такого уровня невозможно без использования автоматизированных информационных систем (АИС) различного назначения и уровня сложности, так как они позволяют охватывать все бизнес-процессы страховой компании и обладают возможностью их быстрой перестройки в соответствии с требованиями рынка, законодательства и регулирующих органов. В этих условиях эффективное использование информационных технологий для развития бизнеса, внедрение новых и модернизация существующих АИС являются ключевыми факторами конкурентоспособности страховой компании [1].

Наличие у страховой компании собственного интернет-портала значительно расширяет круг ее потенциальных целевых клиентов, являясь перспективным и высокоэффективным инструментом ее развития. Веб-ресурс предоставляет возможность реализации страховых полисов клиентам посредством веб-сайта, способствуя значительному снижению операционных и временных затрат на дистрибуцию и ведение учета

страховых продуктов благодаря исключению из цепочки реализации полисов страховых посредников и увеличению притока новых клиентов [2].

Современные онлайн-порталы обладают полным спектром функциональных решений для обеспечения удаленного обслуживания клиентов:

- оформление на сайте страхового полиса, которое включает онлайн-калькуляцию стоимости страхового полиса на основные виды страхования, заказ страхового полиса на сайте, его оплату, мониторинг статуса полиса;

- осуществление операций и доступ к статистике сотрудничества со страховой компанией путем просмотра в личном кабинете пользователя архива статистики договоров и платежей, отчетов по страховым выплатам, подача заявления в случае наступления страхового случая, пролонгация, внесение изменений и расторжение договоров в режиме онлайн и др.;

- подключение к веб-ресурсу страховой компании электронных платежных систем, услуг сервисов SMS-оповещений и др.;

- организация эффективного интерактивного общения с клиентами страховой компании в форме интерактивного веб-чата с консультантом, прием заявки на обратный звонок, регистрация жалоб клиентов и др.

При активном развитии IT-технологий веб-сайт является важной составляющей имиджа страховой компании и предоставляет уникальные возможности дистанционного обслуживания клиентов. Наличие полнофункционального интернет-портала будет способствовать повышению лояльности имеющихся клиентов и увеличению степени присутствия компании на рынке интернет-страхования и сопутствующих услуг на основе разработанной модели.

Интернет-страхование (online-страхование) представляет собой взаимодействие страховой компании и клиента, возникающее при продаже страхового продукта и дальнейшем его обслуживании с помощью сети Интернет.

В России сегменты страхового рынка в режиме удаленных продаж развиваются медленнее, чем другие направления онлайн-торговли. Так, более 80 млн россиян пользуются Интернетом, почти 20 % жителей страны ежемесячно покупают товары в интернет-магазинах, доля пользователей Интернетом с помощью смартфонов выросла за год на 4,9 % и составила 42,1 % населения страны. Однако темпы развития интернет-страхования в России почти на 50 % ниже, чем на Западе, несмотря на то что россияне смогут экономить с помощью интернет-страхования более 25 % стоимости каждой услуги [3].

Основные причины отставания российского сегмента онлайн-страхования — в уровне развития информационных технологий, факто-

ре времени. На Западе первые интернет-продажи страховых услуг появились еще в 1990-х годах, т. е. почти четверть века назад, а в России — всего лишь 10–12 лет назад. По этой причине в Европе и США доля продуктов страховщиков, реализованных онлайн, составляет более 30 % от общего объема проданных страховых услуг; динамика роста страховых продуктов через Интернет в Европе колеблется от 15 до 25 % прироста в год (в США это 10 % ежегодного роста продаж). Имеет место тенденция индивидуализации страховых решений, чему способствует интернет-формат [4].

Распределение по видам страхования также имеет отличия: в Германии, например, через Интернет в основном продаются полисы на имущество и транспорт, в Нидерландах лидирует life-страхование, в Великобритании — страхование транспортных средств [5].

Сегодня доля интернет-продаж во многом зависит от уровня развития страны. При этом существуют пассивные и активные каналы интернет-продаж. Пассивное онлайн-страхование ориентировано на сохранение клиентской базы и поддержание лояльности. Активная модель предусматривает увеличение объемов интернет-продаж посредством веб-сайта компании при проведении интенсивной рекламной кампании. В настоящее время около 24,6 % компаний используют активные методы онлайн-продаж, 23,3 % — пассивные, а сторонники гибридных моделей занимают оставшиеся 52,1 % [6].

Зарубежные страховые компании продолжают разрабатывать новые проекты по улучшению качества обслуживания клиентов онлайн, например, информирование клиента о финансовом состоянии компании; расчет величины и определение условий выплаты страховой премии; пересылка полиса, который заверен электронно-цифровой подписью страховой компании, непосредственно через Интернет; выплата страховой премии страхователю при наступлении страхового случая через Интернет; предоставление клиенту дополнительных услуг: консалтинговых, агентских и др.

Прямые страховщики выстраивают онлайн-взаимодействие со страхователями, избегая посредников (брокеров и агентов), что дает возможность снизить конечную стоимость полисов. Модель системы интернет-страхования в зарубежных странах представлена на рис. 1.

В Великобритании страховая компания Direct Line первой в мире начала использовать прямой канал продажи страховок как основной. Инновационные идеи и умелое руководство позволило страховщику не только очень быстро стать лидером национального страхового рынка, но и успешно вести бизнес за пределами страны. Кроме автострахования, которое остается основным направлением деятельности Direct Line, компания продает напрямую полисы страхования имущества, ипотеки, кредитов и других продуктов.

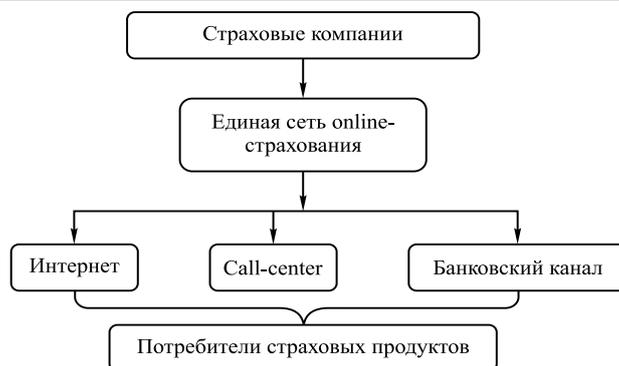


Рис. 1. Модель системы интернет-страхования в зарубежных странах

В России на долю страховых продуктов, реализованных в Сети, приходится чуть более 8 % от общего объема [7]. В отличие от западного рынка здесь действуют три модели работы со страхователями.

1. Частичный переход на онлайн-страхование (подача онлайн-заявки с последующим посещением офиса страховой компании для подписания договоров).

2. Интернет-платеж (распространенный вариант в России): на сайте страхового агрегатора (онлайн-сервиса страховых услуг) клиент рассчитывает стоимость договора, подбирает удобные условия страхования, оплачивает продукт с помощью банковской карты или электронной платежной системы, но полис получает в бумажной форме почтой.

3. Полный переход в онлайн-формат (основной вариант на Западе), при котором клиент сразу обращается в страховое онлайн-агентство, сам определяет условия и цену путем подбора рисков в калькуляторе, оплачивает услугу через Интернет, подписывает с помощью электронной цифровой подписи, затем сам распечатывает подписанный договор, получив его на e-mail.

Модель российской системы интернет-страхования представлена на рис. 2.



Рис. 2. Модель российской системы интернет-страхования

Модель страхового бизнес-процесса — функционал, значением которого является страховая услуга, оказанная страхователю, а аргументами — параметры (условия) страхования на обслуживание купленного клиентом страхового продукта. Использование бизнес-модели для принятия всех управленческих решений и одновременного формирования необходимых регламентов управления является отличительной особенностью бизнес-реинжинирингового и инжинирингового способов в менеджменте страхового онлайн-предпринимательства. Бизнес-реинжиниринг и инжиниринг основаны на бизнес-моделировании, системном подходе к управлению, при котором страховая организация рассматривается в качестве целевой социально-экономической системы, взаимодействующей с внешней средой.

Бизнес-процессы в предложенной модели приведены на рис. 3.

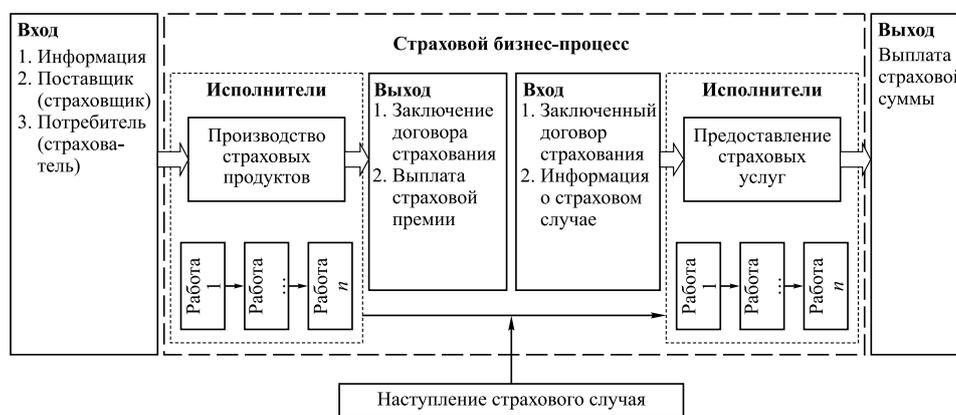


Рис. 3. Бизнес-процессы в модели системы интернет-страхования

Положительные стороны данного вида страхования заключаются в отсутствии посредников при совершении покупки, налаживании прямого контакта между страховщиком и клиентом без участия агентов, снижение стоимости страховки [8].

В российском интернет-пространстве сегодня функционируют более 100 страховых компаний, среди которых лидирующее положение занимает «Росгосстрах» (рис. 4).

К интернет-ресурсам, отражающим особенности построения и функционирования российских страховых интернет-услуг, можно отнести онлайн-сервис «GALAXY страхование», который предлагает инновационный подход к организации страхового сопровождения в бизнесе. Для страхователя предоставлены онлайн-калькуляторы, которые мгновенно подсчитают стоимость услуг по транспортному страхованию (КАСКО, ОСАГО), страхованию ответственности перевозчика и экспедитора, застройщика, арендатора, груза (КАРГО), имущества (оборудования, недвижимости, ТМЦ), персонала (ДМС, от несчастных случаев на производстве).

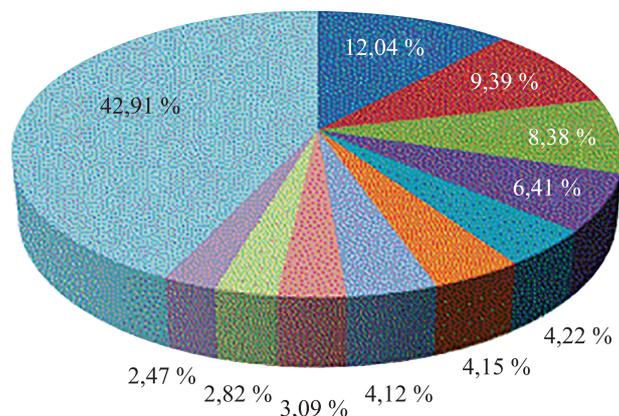


Рис. 4. Топ-10 страховых компаний в сети Интернет:

■ — Росгосстрах; ■ — СОГАЗ; ■ — Ингосстрах; ■ — РЕСО-Гарантия; ■ — АльфаСтрахование; ■ — ВСК; ■ — Согласие; ■ — Allianz; ■ — ВТБ Страхование; ■ — МСК; ■ — остальные компании

Таким образом, предлагая услуги онлайн, страховщики значительно экономят свои средства (как время, так и деньги) на подбор и обучение сотрудников, аренду офисных помещений и организацию рабочего процесса. Сэкономленные средства тратятся на рекламные кампании, которые необходимы по причине отсутствия специалистов, способных дойти до каждого клиента и не просто рассказать о назначении страхового полиса, но и подобрать соответствующий продукт в индивидуальном порядке.

В этих условиях российским интернет-страховщикам в целях снижения конечной стоимости полисов следовало бы позаимствовать зарубежный опыт выстраивания онлайн-взаимодействия со страхователями без посредников (брокеров и агентов), утвердить основные нормы в области электронного страхования, активнее развивать альтернативные каналы продаж, укреплять доверие клиентов к страховым онлайн-продажам.

Реализация предложенных мер позволит активизировать интернет-страхование в России, расширить круг страховых операций, предлагаемых клиентам через Интернет.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Исследование АКИТ: Рынок интернет-торговли в России. Результаты 2017.* URL: <http://www.a.rif.ru/assets/итоги-2017-акит-финал.pdf> (дата обращения 09.05.2018).
- [2] *Большинство россиян готовы приобретать страховку в Интернете.* *Страхование в России.* URL: <http://www.allinsurance.ru/biser.nsf/AllDocs/IUVK11> (дата обращения 09.04.2018).

- [3] Интернет-страхование в России и на Западе: особенности, практика, перспективы. *Galaxy страхование*. URL: <https://galaxyinsurance.ru/poleznoe/blog/internet-strahovanie-v-rossii-i-na-zapade-osobennosti-praktika-perspektivy/> (дата обращения 09.04.2018).
- [4] Чернова Г.В., ред. *Страхование и управление рисками*. Москва, Юрайт, 2014, 767 с.
- [5] Кузнецова Т.И., Иванов Г.М., Опарин О.И. Цифровое предприятие в концепции «Индустрия 4.0». *Гуманитарный вестник*, 2017, вып. 12. DOI: 10.18698/2306-8477-2017-12-494
- [6] Кузнецова Т.И. Нейросетевые технологии в банковской сфере. *РИСК: Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция*, 2015, № 2, с. 177–180.
- [7] Кузнецова Т.И. Правовое регулирование банковской деятельности в Российской Федерации с учетом исторического опыта Западной Европы и США. *Гуманитарный вестник*, 2014, вып. 3. DOI: 10.18698/2306-8477-2014-3-185
- [8] Лобачева Е.Н., Родионова В.Г. Инновации в системе электронных платежей. *Гуманитарный вестник*, 2014, вып. 1. DOI: 10.18698/2306-8477-2014-1-160

Статья поступила в редакцию 03.10.2018

Ссылку на эту статью просим оформлять следующим образом:

Лобачева Е.Н., Кузнецова Т.И. Инновационные подходы к организации страхования. *Гуманитарный вестник*, 2018, вып. 10.

<http://dx.doi.org/10.18698/2306-8477-2018-10-562>

Лобачева Елена Николаевна — д-р экон. наук, профессор, заведующая кафедрой «Экономика и бизнес» МГТУ им. Н.Э. Баумана. Автор учебников по экономике для студентов инженерно-технических факультетов, бакалавров и специалистов.

Кузнецова Татьяна Ивановна — канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика и бизнес» МГТУ им. Н.Э. Баумана. Автор более 100 научных и учебно-методических работ в области теоретической экономики, финансов и кредита.
e-mail: ibm1@bmstu.ru

Innovative approaches to insurance organization

© E.N. Lobacheva, T.I. Kuznetsova

Bauman Moscow State Technical University, Moscow, 105005, Russia

The article considers innovative approaches to insurance organization, examines models of various online insurance systems. The list of insurance services provided to customers from modern online portals is offered. The features of the Russian insurance Internet services are described. A number of measures have been proposed to increase the effectiveness of the information system of Russian insurance companies, taking into account the experience of Western Europe and the USA.

Keywords: insurance Internet services, online insurance management, active and passive online insurance models

REFERENCES

- [1] *Issledovanie AKIT: Rynok internet trgovli v Rossii. Rezultaty 2017* [ACIT research: The Market for Internet Commerce in Russia. The results of 2017]. Available at: <http://www.retail-loyalty.org/rynok-internet-torgovli-v-rossii-rezultaty-2017/> (accessed April 9, 2018).
- [2] *Bolshinstvo rossiyan gotovo priobretat strakhovku v Internete. Strakhovanie v Rossii* [Most Russians are ready to purchase insurance online. Insurance in Russia]. Available at: <http://www.allinsurance.ru/biser.nsf/AllDocs/IUVK11> (accessed April 9, 2018).
- [3] *Internet strakhovanie v Rossii i na Zapade: osobennosti, praktika, perspektivy* [Online insurance in Russia and in the West: features, practices, prospects. Galaxy insurance]. Available at: <https://galaxyinsurance.ru/poleznoe/blog/internet-strahovanie-v-rossii-i-na-zapade-osobennosti-praktika-perspektivy/> (accessed April 9, 2018).
- [4] Chernova G.V., ed. *Strakhovanie i upravlenie riskami* [Insurance and risk management]. Moscow, Yurait Publ., 2014.
- [5] Kuznetsova T.I., Ivanov G.M., Oparin O.I. *Gumanitarnyy vestnik — Humanities Bulletin of BMSTU*, 2017, no. 12. DOI: 10.18698/2306-8477-2017-12-494
- [6] Kuznetsova T.I. *RISK: Resursy, informatsia, snabzhenie, konkurentsia — RISC: Resources, Information, Supply, Competition*, 2015, no. 2, pp. 177–180.
- [7] Kuznetsova T.I. *Gumanitarnyy vestnik — Humanities Bulletin of BMSTU*, 2014, no. 3. DOI: 10.18698/2306-8477-2014-3-185
- [8] Lobacheva E.N., Rodionova V.G. *Gumanitarnyy vestnik — Humanities Bulletin of BMSTU*, 2014, no. 1. DOI: 10.18698/2306-8477-2014-1-160

Lobacheva E.N., Dr. Sc. (Economics), Professor, Head of the Department of Economics and Business, Bauman Moscow State Technical University. Author of over 10 editions of economic textbooks for students of engineering and technical faculties, bachelors and specialists.

Kuznetsova T.I. graduated from Moscow Finance Institute. Cand. Sc. (Economics), Assoc. Professor, Department of Economics and Business, Bauman Moscow State Technical University. Author of over 100 research and educational publications in the field of theoretical economics, finance and credit. e-mail: ibm1@bmstu.ru