

# СТРАХОВАНИЕ В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ И ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ

Н. В. Щербакова<sup>1</sup>, Ю. М. Ильиных<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (Барнаул, Россия)

<sup>2</sup>Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал (Барнаул, Россия)

Статья посвящена исследованию использования цифровых и интернет-технологий в страховой отрасли, которые предоставляют новые возможности в страховании как для страхователей, так и для страховщиков. Проведен анализ объема страховых премий, собранных страховыми компаниями посредством сети Интернет. Конкретизированы перспективы дальнейшего развития страхования в контексте широкого использования цифровых и интернет-технологий.

**Ключевые слова:** интернет-страхование, цифровые технологии, цифровизация в страховании, страховые премии, риски.

## INSURANCE IN THE ERA OF DIGITAL AND INTERNET TECHNOLOGIES

N. V. Sherbakova<sup>1</sup>, Yu. M. Ilinykh<sup>2</sup>

<sup>1</sup>I. I. Polzunov Altai State Technical University (Barnaul, Russia)

<sup>2</sup>Financial University under the Government of the Russian Federation, Barnaul Branch (Barnaul, Russia)

The article appeals to the study of the use of digital and Internet technologies in the insurance industry. They provide new insurance opportunities for both insurers and insureds. We analyze the volume of insurance premiums collected by insurance companies through the Internet. We also introduce the prospects for the further development of insurance in the current situation of digital and Internet technologies becoming omnipresent.

**Keywords:** Internet insurance, digital technologies, digitalization in insurance, insurance bonus, risks.

Цифровые технологии приобретают все большее значение в мире. Их развитие за последние годы привело к огромным переменам. Во-первых, цифровые технологии сократили и упростили производственные циклы. Во-вторых, новые технологии обеспечили расширение аналитики и сделали более доступной ее обработку, что позволило перейти от стандартизации к индивидуальным предложениям и уникальному опыту. В настоящее время практически все компании во всех отраслях сталкиваются с необходимостью преобразований, поскольку новые технологии, инновации и модели потребительского поведения кардинальным образом меняют прежние, устоявшиеся бизнес-модели. Процесс цифровизации экономики оказывает значительное влияние и на деятельность страховщиков.

Радикальное изменение технологий, в первую очередь в области Интернета, цифровых, мобильных и социальных платформ, приводит к значительным изменениям в предпочтениях клиентов, их моделях поведения и принятия решений. Благодаря стремительному развитию цифровых технологий в последнее десятилетие потребители оказались в более выгодном положении, они научились пользоваться большими объемами информации, самостоятельно находить то, что им нужно, тогда, когда им нужно, по той цене, которая их устраивает. В ответ на меняющуюся модель поведения потребителей поставщики услуг экстренно внедряют новые технологии для сбора и обработки больших данных, что позволит им лучше понять потребителей и вернуть потерянные позиции. Стратегия продавцов меняется, становится более активной,

компании стремятся сами подвести клиента к решению о покупке. Для страховой отрасли ключевым является изучение рисков и их распределение, что делает необходимым предварить изучение экономических последствий цифровизации в страховании изучением современных рисков, наиболее актуальных для бизнеса и населения в наши дни.

Существует представление об интернет-страховании как о продаже страховых продуктов через Интернет. Конечно, интернет-страхование имеет ряд неоспоримых преимуществ, которые уже оценили потребители страховых услуг, а именно:

- возможность составить мнение о страховом рынке в целом, о страховой компании и о страховых услугах, предлагаемых ею, не выходя из дома;
- рассчитать страховой взнос, используя калькулятор на сайте;
- воспользоваться консультацией онлайн по различным видам страхования;
- подать заявку на заключение электронного договора страхования;
- заключить договор страхования и внести страховой взнос через Интернет;
- получить онлайн-сопровождение страхового договора;
- сообщить о наступлении страхового случая и получить выплату через Интернет [1].

Развитие интернет-страхования в России отстает от экономически развитых стран. Если в странах с развитой экономикой директ-страхование появилось около 30 лет назад, но в России только 10 лет назад. Так, например, в Великобритании доля интернет-страхования достигает около 30%. В странах ЕЭС динамика прироста интернет-страхования в среднем составляет 15–20% в год. В США и Канаде в Интернете представлено, наряду с обычными страховыми компаниями, большое количество страховых брокеров, предлагающих клиенту возможность подобрать необходимую компанию и продукт с целью его дальнейшей покупки. На данный момент многие американские страховые компании, представленные в интернете, оказывают весь спектр услуг, необходимых для покупки и обслуживания страхового полиса. Клиенты компании могут заходить на персонализированные страницы с целью проверки состояния действия страхового договора, для внесения очередной страховой премии или подачи заявления о страховом случае. Лидерами интернет-продаж являются полисы автострахования — 20% от общего числа продаж [2].

В таблице 1 показаны объемы страховых премий, собранных посредством сети Интернет на российском страховом рынке по различным видам страхования.

Таблица 1

**Страховые премии (взносы) по договорам страхования, заключенным посредством сети Интернет за 2016–2017 гг. и 6 мес. 2018 г. [3]**

Наименование показателей деятельности страховщиков	Ед. изм.	2016 г.	2017 г.	6 мес. 2018 г.
Страховые премии (взносы) по договорам страхования, заключенным посредством сети Интернет	млн руб.	5501	32021	34065
Доля страховых премий, заключенных посредством сети Интернет в общем объеме страховых премий	%	0,46	2,51	4,66
Страховые премии (взносы) по страхованию жизни, заключенным посредством сети Интернет	млн руб.	112,3	183,5	152,6
Доля страховых премий по страхованию жизни, заключенных посредством сети Интернет, в общем объеме страховых премий по страхованию жизни	%	0,052	0,055	0,074
Страховые премии (взносы) по страхованию имущества, заключенным посредством сети Интернет	млн руб.	1784,9	1757,4	1034,2
Доля страховых премий по страхованию имущества, заключенных посредством сети Интернет, в общем объеме страховых премий по страхованию имущества	%	0,47	0,5	0,57
Страховые премии (взносы) по добровольному страхованию гражданской ответственности, заключенным посредством сети Интернет	млн руб.	60,6	67,3	53
Доля страховых премий по добровольному страхованию гражданской ответственности, заключенных посредством сети Интернет, в общем объеме страховых премий по добровольному страхованию гражданской ответственности	%	0,11	0,14	0,22
Страховые премии (взносы) по договорам страхования ОСАГО, заключенным посредством сети Интернет	млн руб.	2222	28467	31699,8
Доля страховых премий по договорам страхования ОСАГО, заключенных посредством сети Интернет в общем объеме страховых премий по ОСАГО	%	0,94	12,8	29,54

Данные в таблице говорят о том, что доля продаж страховых продуктов через Интернет стремительно увеличивается. Особенно наблюдается стремительный рост по реализации договоров ОСАГО (прирост в 2018 г. по сравнению с 2017 г. составляет 130,78%). Этому способствовала электронная продажа полисов ОСАГО, ставшая обязательной с 1 января 2017 г. В связи с чем решилась проблема с доступностью ОСАГО [4]. По другим видам страхования и, в целом, по рынку цифры несколько скромнее, но положительная динамика наблюдается, механизм интернет-страхования запущен и работает, страхователи оценили положительные моменты, связанные с покупкой электронных полисов.

Современная страховая компания должна быть маневренной, быстро реагировать на новые условия, меняющиеся запросы клиентов; способной адаптироваться, накапливать положительный опыт, перерабатывать опыт отрицательный; гармонично развитой, находить баланс между накоплением нового знания и его практическим применением [5]. Механизм компании должен обладать способностью самонастраиваться. В такой гибкой компании стратегическая концепция, бизнес-модель и сопутствующие им элементы корректируются, как только изменяется бизнес-среда. Компания представляет собой не неизменный механизм передачи информации сверху вниз по инстанциям, она меняется, реагируя на поступающую извне информацию. Если компания перенастраивается регулярно, то перенастраивание ее обходится без рискованных, разовых потрясений. Для компаний, разработавших алгоритмы самонастройки, важной остается проблема выбора: заниматься тем же, что и раньше, или же переориентироваться. В управлении компанией нужен гибкий подход, опирающийся на организационную структуру, которая располагает необходимым персоналом, инструментами и процессами.

В эпоху цифровой трансформации на смену традиционным офисным компаниям приходят компании-платформы, формируются подходы к построению бизнес-процессов. Мобильные технологии, социальные сети, облачные сервисы, интегрируемые устройства, большие данные и различные

аналитические инструменты влияют на потенциал человеческого капитала. Компании используют цифровые инновации для кардинального пересмотра функционирования и конкурентных преимуществ своих организаций, роста производительности труда, пользы для клиента, увеличения прибыли. Однако несмотря на то, что многие компании выступают с инновационными инициативами, большинство из них не способны вызвать ту реально необходимую кардинальную трансформацию, в которой так нуждается современный бизнес. Страховые компании заинтересованы в базовых инновациях цифровой экономики. С целью упрощения процессов и механизмов они активно пользуются такими технологиями, как автоматизация, чат-боты, облачная обработка данных, технологии с элементами искусственного интеллекта.

Удовлетворение потребностей страхователей, ожидания которых изменились в связи с цифровизацией экономики, — цель деятельности страховых компаний. Потребителям нужна простота использования, круглосуточный доступ и быстрая доставка; четкая и понятная информация о страховой услуге. Для страховщика это означает повышение прибыли в краткосрочном периоде, так как сокращаются транзакционные издержки при продвижении товара в структуре стоимости. В долгосрочном же периоде страховщикам гарантировано внедрение инновационных страховых продуктов. Преуспевающие страховщики без предупреждения весьма активно внедряются в новые области, создают новые возможности для реализации страховых услуг. Главная задача — первым создать ликвидный рынок в своей отрасли. Выигрывает тот, кто первым создает условия для взаимовыгодных сделок между поставщиками и клиентами.

Таким образом, можно говорить о том, что рынок страхования в России находится в процессе перехода на качественно новый этап развития. Российское страховое законодательство специфично и, несмотря на это, направление развития российского страхового рынка соответствует общемировым тенденциям. Необходимо дальнейшее совершенствование нормативно-правовой базы рынка страховых услуг для создания правовых основ полноценного интернет-страхования.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Красильников О. Ю. Проблемы развития интернет-страхования в России // Страхование в эпоху цифровой экономики : материалы Международной научно-практической конференции. Йошкар-Ола : Изд-во Марийского государственного университета, 2018. 272 с.

2. Superior Trading Technology — Лучшие Торговые Технологии. [Электронный ресурс]. URL: [www.interactivebrokers.com/en/main.php/](http://www.interactivebrokers.com/en/main.php/) (дата обращения: 19.10.2018).

3. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков // ЦБ РФ. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.cbr.ru/finmarket/supervision/sv\\_insurance/](https://www.cbr.ru/finmarket/supervision/sv_insurance/) (дата обращения: 10.10.2018).

4. Ильиных Ю. М., Таскин Н. В. Автострахование: отечественный и зарубежный опыт // *Страхование в системе финансовых услуг в России: место, проблемы, трансформация* : материалы Международной научно-практической конференции. Кострома : Изд-во Костромского государственного технологического университета, 2017. 300 с.

5. Ильиных Ю. М., Щербакова Н. В. Банкострахование и тенденции его развития в РФ // *Стратегия развития страховой деятельности в РФ: первые итоги, проблемы, перспективы* : материалы Международной научно-практической конференции. Ярославль : Изд-во Ярославского государственного университета, 2015. 580 с.

## REFERENCES

1. Krasilnikov, O. Y. (2018) Problems of development of Internet insurance in Russia. *Insurance in the era of the digital economy: proceedings of the international conference*. Yoshkar-Ola, 272 (in Russian).

2. Superior Trading Technology. URL: [www.interactivebrokers.com/en/main.php/](http://www.interactivebrokers.com/en/main.php/).

3. Overview of key performance indicators of insurers. *Central Bank of Russia*. URL: [https://www.cbr.ru/finmarket/supervision/sv\\_insurance/](https://www.cbr.ru/finmarket/supervision/sv_insurance/).

4. Ilinykh Y. M. & Taskin N. V. (2017) Auto insurance: domestic and foreign experience. *Insurance in the financial services system in Russia: place, problems, transformation: proceedings of the international conference*. Kostroma, 300 (in Russian).

5. Ilinykh Y. M. & Scherbakova N. V. (2015) Banking insurance and its development trends in the Russian Federation. *Strategy for the development of insurance activities in the Russian Federation: first results, problems and prospects: proceedings of the international conference*. Yaroslavl, 580.

Поступила в редакцию: 11 декабря 2018 г.

Принята к печати: 24 января 2019 г.