

УДК 336

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Гулиев Р.Ч.

студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Москва, Россия

Аннотация

Данная статья посвящена анализу влияния цифровизации на конкурентоспособность страховых организаций. Рассмотрены главные направления развития страхового рынка. Сделан вывод о том, что на фоне изменений, происходящих на страховом рынке, выбор страхователя будет все чаще зависеть от успеха страховщика при конкуренции в цифровых каналах продаж, по цифровым факторам конкурентоспособности и информационной конкуренции.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые технологии, цифровое страхование, страховые услуги, конкурентоспособность.

INFLUENCE OF DIGITALIZATION ON THE COMPETITIVENESS OF INSURANCE ORGANIZATIONS

Guliev R.Ch.

student,

Financial University under the Government of the Russian Federation,

Moscow, Russia

Abstract

This article analyzes the impact of digitalization on the competitiveness of insurance organizations. The main directions of the insurance market development are considered.

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

It is concluded that against the background of changes taking place in the insurance market, the choice of the insurant will increasingly depend on the success of the insurer in competition in digital sales channels, on digital factors of competitiveness and information competition.

Keywords: digitalization, digital technology, digital insurance, insurance services, competitiveness.

Цифровизация представляет собой концепцию экономической деятельности, в которой различные цифровые технологии внедряются в сферы жизни и производства. В настоящее время цифровизация оказывает влияние на множество бизнес-процессов страховых организаций.

Цифровизация страховой деятельности сопровождается внедрением инноваций, которые связаны с повышением эффективности страховой деятельности, разработкой новых продуктов страхования, в том числе персонализированных страховых продуктов, развитием канала интернет-продаж, электронным документооборотом, оценкой рисков, урегулированием страховых случаев и др. Благодаря новейшим технологиям страховые компании могут модернизировать многие этапы заключения и ведения страховых договоров. Использование цифровых технологий в страховой деятельности также приводит к изменению процесса конкуренции страховщиков, вводит новые факторы конкурентоспособности, меняет поведение страхователей при выборе страховой услуги и страховщика.

Рассматривая цифровизацию рынка страхования, стоит отметить, что главными направлениями его развития являются интернетизация, дигитализация и индивидуализация деятельности страховых компаний. Интернетизация означает глобальное распространение интернета. В рамках страхования под интернетизацией понимается обширное использование страховщиками в своей

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

деятельности интернета. Одними из важнейших частей интернетизации страховой деятельности являются продажа страховых услуг, урегулирование убытков и удаленный сбор информации о страхователях. Стремительное развитие интернетизации в последнее время обусловлено увеличением числа интернет-пользователей, более высокой рентабельностью продаж в интернете страховых услуг. Однако киберугрозы, низкий уровень страховой культуры, отсутствие доверия к страховым компаниям препятствуют развитию интернетизации российского страхового рынка.

Следующим направлением цифровизации является индивидуализация, которая предполагает развитие вместо стандартизированных программ страхования индивидуальных страховых предложений.

Немаловажным направлением цифровизации рынка страхования является дигитализация, то есть внедрение цифровых технологий в такие бизнес-процессы страховой компании, как бухгалтерский учет, документооборот, оценка рисков страхователя, продажи и урегулирование. Среди главных проблем дигитализации можно отметить существенные затраты на переоснащение техникой, перестроения бизнес-процессов и переобучение персонала.

Традиционные виды конкуренции в разрезе страховых услуг делятся на ценовые и неценовые факторы. К ценовым факторам конкурентоспособности относится страховой тариф. Неценовые факторы состоят из потребительских (взаимодействие со страхователями во время заключения и в течение действия договора) и программных (усовершенствование страховых программ по страховым рискам, суммам и условиям выплат).

Говоря о цифровизации конкуренции на рынке страхования, следует отметить, что выделяют конкуренцию в цифровых каналах продаж, по цифровым факторам конкурентоспособности и информационную конкуренцию [1, 123].

Согласно данным Банка России, популярность продаж страховых услуг через интернет растет (см.: Таблица 1). Размер страховых премий по договорам страхования, заключенных через интернет, за последние 5 лет вырос в 21 раз. Если в 2015 г. доля начисленных страховых премий в общей структуре страховых премий составляла всего 0,3%, то в 2019 г. уже 4,6%.

Таблица 1 – Страховые премии по договорам страхования, заключенным через интернет [4]

Показатель	Единицы измерения	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Страховые премии по договорам страхования, заключенным через интернет, в т.ч.:	млн руб.	3 171,7	5 501,7	32 021,0	74 651,2	67 840,8
Страховые премии по договорам ОСАГО, заключенным через интернет	млн руб.	611,0	2 222,4	28 467,1	69 233,1	58 976,0
Доля страховых премий, заключенным через интернет в общей структуре страховых премий	%	0,3%	0,5%	2,5%	5,0%	4,6%

Тенденции, наблюдаемые в 2015-2019 гг., показывают, что активный рост страховых премий по договорам страхования, которые были заключены через интернет, был обусловлен законодательным разрешением продаж полисов ОСАГО через интернет. По последним данным Российского союза автостраховщиков, за первые 8 месяцев 2020 года было заключено свыше 11 млн договоров ОСАГО в электронной форме. Данный показатель составил около 50% от всех реализованных за этот период полисов ОСАГО. Так, в Москве рост количества заключенных электронных договоров ОСАГО по сравнению с аналогичным периодом в 2019 г. составил 17,5% [5].

Согласно Обзору ключевых показателей деятельности страховщиков Банка России за II квартал 2020 г., стремительный рост популярности онлайн-продаж страховых услуг связан с ограничениями, введенными в связи с пандемией коронавируса [4]. В частности, были закрыты отделения страховых компаний в некоторых регионах России. За апрель-июнь 2020 г. доля премий, полученных страховыми организациями через интернет, выросла до 5,9%.

В условиях развития цифровых технологий доля интернет-продаж будет увеличиваться. Это будет оказывать огромное влияние на конкурентоспособность страховщиков. Кроме того, на структуру каналов продаж страховых услуг окажет влияние принятие Государственной Думой в апреле 2020 г. законопроекта № 685368-7 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» в части регулирования деятельности страховых посредников [6]. Ранее электронные полисы на своих официальных сайтах могли продавать только страховые компании. С внесением изменений в законы об организации страхового дела и ОСАГО страховые посредники получили право заключать электронные договоры ОСАГО и договоры других видов страхования, если страховщик подпишет с ними соответствующие соглашения.

Суть конкуренции в области цифровых факторов конкурентоспособности заключается во внедрении страховыми организациями цифровых технологий в бизнес-процессы. Такие технологические решения, как автоматизация учета, перевод документооборота в электронную форму, внедрение телематики, смарт-контракты, удаленное урегулирование страховых случаев, позволят страховщикам предлагать более конкурентоспособные страховые продукты за счет снижения издержек и повышения эффективности деятельности.

В частности, благодаря повышению популярности мобильных приложений страховщики могут оптимизировать свои отношения со страхователями за счет продления действующих договоров страхования и удаленного урегулирования

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

страховых случаев, в том числе по страхованию транспортных средств. На данный момент некоторые страховщики предоставляют возможность с помощью мобильного приложения не только заявить о страховом случае, но и отправить фото повреждений, согласовать автосервис и время записи для ремонта автомобиля, что дает им существенное конкурентное преимущество.

В дальнейшем все большее преимущество будут иметь те страховые компании, которые благодаря усовершенствованию процесса урегулирования убытков будут минимизировать бюрократические вопросы при подаче документов, подтверждению страховых случаев и выплате страховых возмещений. Однако развитию конкурентных страховых услуг, реализуемых посредством интернета, будут препятствовать как неразвитость процедур удаленного урегулирования страховых случаев, так и высокий уровень мошенничества.

Информационная конкуренция проявляется в необходимости получения больших объемов данных для оценки риска. Следовательно, немаловажным фактором конкурентоспособности на фоне цифровизации рынка будет являться индивидуализация программ страхования.

Другим направлением для формирования индивидуальных тарифов является оценка рисков и принятие решений на анализе данных в режиме реального времени, применение интеллектуальной аналитики [3, 134]. Тем не менее, развитию индивидуализации мешают законодательные пробелы в сборе персональных данных о страхователе, а также проблемы с анализом влияния на риск получаемых данных.

Стоит отметить, что влияние цифровизации деятельности страховщиков на их конкурентоспособность неоднородна. Цифровизация страхования жизни находится на более низком уровне, чем в страховании ином, чем страхование жизни, так как продажа большей части полисов происходит через кредитные организации, которые пока не заинтересованы в цифровизации программ

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

страхования. Кроме того, страховщики проявляют недостаточную активность в сегменте цифровых технологий в связи с отсутствием законодательных требований к наличию интернет-продаж [2, 31].

Таким образом, на современном этапе развития рынок страхования переживает структурные изменения в связи с внедрением цифровых технологий. Главными направлениями развития страхового рынка являются интернетизация, дигитализация и индивидуализация деятельности страховых компаний.

Страховщики, внедряя такие вещи, как автоматизация учета, перевод документооборота в электронную форму, развитие продаж страховых услуг через интернет, индивидуализацию страховых тарифов за счет новых подходов при оценке рисков, удаленное урегулирование страховых случаев и др., будут снижать стоимость страховых услуг. Это позволит страховым компаниям привлечь новых и удержать старых клиентов, повысить эффективность страховой деятельности. В свою очередь, выгодой для страхователей будет то, что, используя новые информационные решения, они будут максимально удовлетворять свои страховые интересы, получать персонализированные страховые продукты и экономить свое время.

Библиографический список:

1. Брызгалов, Д.В. Цифровизация конкуренции на страховом рынке / Д.В. Брызгалов // Экономика. Налоги. Право. – 2018. – № 2. – С. 121-128.
 2. Цыганов, А.А., Брызгалов, Д.В. Особенности развития и цифровизации страхования жизни в Российской Федерации/ А.А. Цыганов, Д.В. Брызгалов // Информационное общество. – 2019. – № 6. – С. 20-33.
 3. Трофимова, Я.В. Влияние цифровизации на конкурентоспособность страховых компаний / Я.В. Трофимова // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2018. – № 6. – С. 132-135.
- Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

4. Официальный сайт Банка России. – Текст: электронный. – URL: <https://www.cbr.ru> (дата обращения: 16.01.2021).

5. Официальный сайт Российского союза автостраховщиков. – Текст: электронный. – URL: <https://autoins.ru> (дата обращения: 16.01.2021).

6. Официальный сайт Системы обеспечения законодательной деятельности Государственной автоматизированной системы «Законотворчество». – Текст: электронный. – URL: <https://sozd.duma.gov.ru> (дата обращения: 16.01.2021).

Оригинальность 92%