

Супрун А. А.
кандидат економічних наук, доцент
Державний університет економіки і технологій
м. Кривий Ріг, Україна

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ СТРАХОВОГО БІЗНЕСУ, ЯК ЕЛЕМЕНТ ВИЖИВАННЯ У ВІЙСЬКОВИХ УМОВАХ

Україна безумовно переживає найстрашнішу сторінку своєї сучасної історії. Війна вдарила по усім верствам населення та економіці країни. Практично немає секторів економіки, що не показали б суттєвого падіння в поточному році. Страхова галузь постраждала чи не найбільше.

Страховий ринок України за січень-червень 2022 року показав суттєве зниження обсягів діяльності. В середньому обсяги надходження страхових премій в сегменті іншому, ніж страхування життя, зменшилися на 25% (травень-червень) у порівнянні із 40-50% у перші місяці військової агресії (березень-квітень), при цьому падіння обсягів страхових виплат залишається співмірним (-26%).

Загальні підписані премії у I півріччі 2022 року у порівнянні з I півріччям 2021 року скоротилися майже на третину (-28%) і склали 17,8 млрд. грн. – при цьому скорочення обсягів у більшій мірі мало місце у ризиковому сегменті (-29%), обсяги страхових премій зі страхування життя скоротилися удвічі менше (-15%).

Динаміка показників за останні 4 квартали свідчать про те, що найбільший спад обсягів діяльності припав на кінець I кварталу 2022 року. У II кварталі падіння продовжилось, але воно було менш стрімким – страховики змогли організувати та налагодити роботу в умовах воєнного стану [1].

Основна проблема поточного і наступного років – зберегти бізнес в умовах коли надходження страхових премій зменшуються, а страхові виплати залишаються на попередньому рівні (або знижуються меншими темпами). Практичне рішення проблеми лежить у площині зменшення усіх витрат, які не є страховими виплатами. Лише в такий спосіб можна дочекатися повоєнного відновлення країни, і відповідного відновлення страхової галузі.

Налагодити діяльність і в певній мірі зменшити негативний вплив війни страховикам допомагають цифрові технології. Завдяки цифровим технологіям можна суттєво зменшити операційні витрати компанії та реалізовувати нові омніканальні (багатофункціональні) стратегії. Процес використання цифрових технологій у страховому бізнесі розпочався достатньо давно і значно прискорився під час пандемії COVID-19. Робота галузі в умовах військового стану напевне призведе до більш глибокої трансформації, переходу до нової архітектури страхового бізнесу, де в основі усіх комунікацій і трансформацій буде застосовано платформний підхід.

В достатньо серйозному дослідженні питання цифрової трансформації бізнесу [2] Пітер Вайл та Стефані Ворнер представляють три види цифрового перетворення бізнесу: поява нових учасників ринку (наприклад, Uber, Airbnb);

формування нових бізнес-моделей для традиційних конкурентів (автори наводять приклад компанії Nordstrom у рітейлі); перетинання границь галузі (поширення компаній, які надають фінансові послуги на сферу споживчих закупівель, прагнення техногігантів надавати фінансові послуги і т.і.). Автори наводять приклад реалізації цифрової стратегії страхової компанії Aetna, яка пройшла шлях від компанії медичного страхування (2000 р.) до омніканального бізнесу, що дозволяє клієнтам легко взаємодіяти з Aetna за багатьма каналами (2010 р.), до драйвера цифрової екосистеми з можливостями посередника між компанією, її клієнтами і партнерами. Одним з перших страховиків компанія впровадила для своїх клієнтів мобільний додаток для смартфонів ITriage, який використовується при страхуванні від нещасних випадків та медичному страхуванні. Компанія, завдяки успішній цифровій екосистемі, інтегрувала власні страхові продукти з суміжними послугами, такими як лікувально-оздоровчі, профілактичні і навіть фінансові.

Дуже великі кошти в традиційному страхуванні витрачаються на аналіз ринку та проведення актуарних обчислень. Ці витрати зменшуються на порядок при застосуванні сучасних технологій, таких як Big Data.

Ця технологія дозволяє страховикам використовуючи мінімум штатних працівників збирати і обробляти значні обсяги інформації у режимі реального часу. Різноманітні статистичні дані за напрямками страхування, інформацію про страхувальників, конкурентів швидко перетворюються на аналітичні звіти для прийняття управлінських рішень. Ризики оцінюються в багатьох напрямках: дії конкурентів; державне управління; шахрайство з боку клієнтів.

Маючи оброблені алгоритмами дані страхова компанія може з великою точністю встановлювати нетто-тарифи. Цінність технології полягає в тому, що багато даних отримується за порівняно невелику плату (алгоритм Big Data за правильного налаштування обробляє інформацію про усі обставини страхових випадків і випланих сум).

Також технологія дозволяє аналізувати усі витрати пов'язані з адмініструванням.

Найбільші мобільні оператори вже опанували технологію Big Data (це не дивно, оскільки саме ці компанії мають доступ до колосальних обсягів інформації) і надають сегментарні послуги (є в пропозиції готові рішення і для страховиків). Частою проблемою є обмеження можливостей використання персональних даних операторами зв'язку.

Дуже успішною була новація транспортної страхової телематики. В багатьох країнах (в Україні також було реалізовано ряд успішних проєктів) практично утримало на плаву сегмент страхування КАСКО під час пандемії COVID-19. Не викликає сумнівів подальше удосконалення технології в сегменті автострахування. Великий потенціал телематика має в особистому страхуванні (деякі страхові компанії, зокрема, Aetna, вже працюють в цьому напрямку).

В розвинених країнах світу до 80% страховиків використовують рішення на основі Big Data. Багато страхових компаній замовляють дослідження у сфері штучного інтелекту (дуже популярний напрям є прогнозування катастроф та

розробка превентивних заходів). Є великі перспективи у застосовуванні технології блокчейн в управлінні страховими контрактами.

На прикладному рівні, за достатньо короткий термін, менеджмент страхової компанії може вдатися до наступних кроків:

- сформувати і постійно удосконалювати засоби цифрової комунікації з клієнтами і всередині страхової компанії;

- перенести усі потужності у хмарний сервіс шляхом створення єдиної хмарної корпоративної мережі (наприклад, до хмарної платформи Microsoft Azure). Встановлення системних комплексів типу Wind та Linux у хмарі. Вже пройшло адаптацію і є доступним для бізнесу хмарне робоче місце Azure Virtual Desktop;

- в умовах зростання кіберзлочинності необхідно формувати системи кібербезпеки в страховій компанії (від системи формування резервних копій інформації в Azure Backup, протидії масштабним збоєм у системі Azure Site Recovery, яка забезпечує екстрене відновлення даних DRaaS, до страхування кіберризиків в закордонних компаніях);

- створення системи IP-телефонії, як альтернативу стаціонарному телефонному зв'язку та формування системи альтернативного Інтернету (наприклад, через придбання доступу до Starlink).

Найбільші оператори мобільного зв'язку можуть швидко підключити хмарну АТС для безпечних комунікацій всередині компанії та з клієнтами.

Можливості такої системи полягають в наступному: створення багатоканальних номерів та застосування комбінацій коротких номерів для зручного набору; налаштування автоматичного розподілу зв'язків (на вільних менеджерів); інтеграція хмарної АТС з системою CRM компанії (для збереження і аналізу історії звернення кожного клієнта); формування статистики звернень і аналітичних звітів за напрямками страхової діяльності компанії.

Таким чином, вже адаптовані до потреб страхового бізнесу і доступні цифрові рішення здатні забезпечити виконання основної умови виживання страхового сектору під час військових дій – зменшення операційних витрат співставне зі зменшенням страхових премій.

Література:

1. Рейтинг страхових компаній. Форіншурер.
<https://forinsurer.com/ratings/nonlife>

2. What's Your Digital Business Model? Six Questions to Help You Build the Next-Generation Enterprise, Peter Weill, Stephanie Woerner, Harvard Business Review Press, 2018, ISBN, 978163369