

## **И. В. ПОПРОЦКАЯ**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины) Науч. рук. **А. А. Казушик**,  
канд. экон. наук, доц.

### **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА МИРОВОМ СТРАХОВОМ РЫНКЕ**

Современный уровень развития мировой экономики характеризуется переходом на качественно иные механизмы взаимодействия с целевыми аудиториями, покупателями

- повсеместным применением информационных технологий. Потребители, владея навыками компьютерной грамотности, активно используя информационные технологии в повседневной жизни, ожидают соответствующего технологического уровня обслуживания на любом рынке. Не является исключением рынок страховых услуг. Согласно результатам опроса Accenture, 91 % аналитиков страховой отрасли считают, что использование технологий является фундаментально важным для деятельности страховых компаний. В то же время более половины из них оценивают нынешний уровень технологий, используемых страховщиками, как «низкий» или «нуждающийся в улучшении». Сегодня можно выделить основные тренды, которые будут определять развитие ИТ в страховой отрасли в течение следующих пяти лет [1].

Уже сегодня страховщики работают с значительными объемами данных, а в дальнейшем эти объемы будут расти в геометрической прогрессии. Для оптимизации деятельности необходимо использовать платформы данных, обеспечивающие свободный доступ к информации. Данные могут быть распределены по разного рода внутренним и внешним хранилищам во всех уголках мира. Перед страховыми компаниями поставлена задача максимально продуктивного распределения имеющихся массивов, в том числе с помощью облачных технологий в случае, если этому не препятствуют требования безопасности и конфиденциальности информации. Обеспечение всеобщей возможности моментального доступа к данным с любого вида устройств существенно улучшит работу страховщиков.

Информационные технологии позволяют получать всесторонние данные о клиенте, которые предоставляет прогностическая аналитика, что особенно важно в условиях все время меняющихся клиентских предпочтений. Аналитика глобально умножает эффективность маркетинговых усилий, позволяя предлагать потребителю необходимые продукты в нужное время, снижая цикл продаж и повышая перекрестные продажи. Средства аналитики упрощают процесс инкорпорирования обновленных продуктов, повышают производительность бизнес-процессов и достаточного понимания интересов клиента. Прогностическая и характерологическая аналитика дает возможность предвидеть, какое впечатление определенный продукт произведет на клиентов. В процессе урегулирования убытков применение аналитики способствует вовремя зафиксировать случаи страхового мошенничества.

Оценивая тенденции развития страховой отрасли, следует отметить, что применение облачных вычислений пока еще не играет ключевой роли, какая наблюдается в иных секторах: продажа, маркетинг. Причина такого опоздания заключается в том, что страховщики зачастую вынуждены пользоваться архаичными ИТ-системами, с помощью которых не всегда легко переадресовать данные в облако. Вместе с тем, не исключено, что преимущественно важным для страховщиков будет являться эксплуатация облачных моделей SaaS («программное обеспечение как услуга») и PaaS («платформа как услуга»), которые обеспечивают страховым

компаниям высокую скорость, пластичность и масштабируемость, совершенствуют реагирование и не препятствуют улучшать процессы, например андеррайтинг [2].

Излишне затратные и изжившие системы являются главной преградой на пути страховщиков к созданию высокоэффективных бизнес-процессов. Для достижения своих бизнес-целей страховым компаниям необходимо перейти от применения архитектуры, нацеленной на сервер, к архитектуре, ориентированной на сервис.

Потребители добровольно передают свой опыт сотрудничества с компаниями в социальных сетях. Страховщики используют это в своих интересах, инициативно увеличивая свое фигурирование в различных социальных платформах, например в Facebook. Совершенствование социальных медиа открывает потенциальные возможности для повышения продаж и усовершенствования качества клиентского сервиса. Квалифицированная интернет-коммуникация дает возможность открыть страховым компаниям новые альтернативы для бизнес-аналитики и пути коммуникации с клиентами.

Вопрос о сохранности клиентских сведений постоянно был в центре внимания страховщиков, но уже сегодня, вследствие усиления нормативного контроля и после ряда получивших массовое распространение скандалов с утечками данных, защита информации стала одним из важных приоритетов. При увеличении объемов данных гарантировать надлежащий уровень надежности становится всё сложнее, а 100 % гарантии защиты данных кажутся и вовсе невозможной картиной. В этом положении страховым компаниям рациональней использовать выборочный подход к безопасности, который обеспечит действенный уровень защиты для всевозможных массивов данных. Для этого страховщикам нужно изучить наиболее незащищенные зоны и с помощью рефлексивных систем ИТ-безопасности создать условия для сохранности процессов, данных и инфраструктуры. Компаниям также рекомендуется минимизировать воздействие человеческого фактора, который является источником утечек и брешей в безопасности [3].

Дизайн бизнес-процессов опирался на оптимизацию и уменьшение затрат. В дальнейшем он станет залогом лучшего клиентского опыта. Мобильные технологии – основное направление развития на сегодняшний день. По прогнозам, к 2020 г. количество мобильных устройств возрастет до 3,2 млрд., а число сделок, осуществляемых с помощью мобильных телефонов, – до 455 млрд. Популяризация смартфонов и планшетов стимулирует страховые компании их использовать во внутрикорпоративном сотрудничестве с клиентами. Улучшение клиентского сервиса путем внедрения мобильных, видео- и игровых технологий визуализирует информацию. Посредством игровых приложений доносить информацию клиентам о новых продуктах нужно более оперативно, нежели с помощью рекламы и других привычных путей коммуникации.

Любое из направлений имеет важное значение, но для получения максимальной пользы от внедрения новых технологий страховщики должны выработать интегрированный подход. Особое внимание необходимо уделить роли ИТ-руководителей, которым предстоит разработать полноценную стратегию реагирования на изменения рынка. Применение всего комплекса технологий улучшит как эффективность страховых компаний, так и удовлетворенность клиентов их услугами.

#### Список использованной литературы

1 Глобальный рынок страхования – обзор текущей ситуации [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://vc.ru/31955-globalnyy-rynok-strahovaniya-obzor-tekushchey-situacii> . – Дата доступа: 20.01.2019.

2 Самсонова, И.А., Страхование / И. А. Самсонова [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://abc.vvsu.ru/books/straxovan/page0012.asp>. – Дата доступа: 21.01.2019.

3 Страхование [Электронный ресурс] / Ипотечный банк Deltacredit. – 2019. – Режим доступа: <http://insurance.deltacredit.ru>. – Дата доступа: 25.01.2019.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРИНЫ