

УДК 004.9:368.032

О.Н. Жилкин

К.Б. Манцуров

ИНТЕГРАЦИЯ ТЕЛЕМАТИЧЕСКИХ ИНСТРУМЕНТОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ. ПРОЕКТ «УМНОЕ СТРАХОВАНИЕ»

***Аннотация.** В статье рассматриваются современные тенденции развития информационных технологий и перспективы их внедрения в страховой бизнес. На конкретном примере анализируются преимущества применения телематики при реализации проекта «Умное страхование»*

***Ключевые слова:** телематика, инновации, информационные технологии, страхование.*

Oleg Zhilkin

Konstantin Mantsurov

INTEGRATION OF THE TELEMATHIC TOOLS IN THE ACTIVITY OF INSURANCE COMPANIES. THE “SMART INSURANCE”

***Annotation.** The paper deals with the modern trends in IT and the prospects for their introduction in the insurance business. On the base of specific project analyzes the advantages of telematics in the implementation of “Smart insurance” project.*

***Keywords:** telematics innovations, IT, insurance.*

Расширение технических и технологических возможностей позволяет современному предприятию не только оптимизировать собственную деятельность посредством создания единого информационного пространства на предприятии, но и в значительной степени трансформировать бизнес-процессы, предоставлять партнерам услуги, базирующиеся на новых, современных технологиях, в том числе с использованием возможностей сети интернет. Таким образом, инвестиции в развитие информационных технологий превращаются в стратегический инструмент, позволяющий значительно приумножить результаты работы предприятия и помочь в получении конкурентных преимуществ [2]. Особое место в этом отношении занимает телематика.

В настоящее время нет устоявшегося определения того, что представляет собой телематика, однако хорошо известно, что этот термин широко используется если разговор заходит о сфере телекоммуникаций. Телематика все чаще упоминается в связи с инновационными решениями в различных отраслях экономики. Термин «телематика» применяется специалистами и аналитиками при описании современных технологий обмена данными между различными информационными объектами, людьми, устройствами и информационными системами. В основе телематики как отрасли лежит результат научно технического прогресса в области телекоммуникаций и информатики.

В современном мире область применения телематических решений расширяется с каждым днем. Проникновение тематики в различные отрасли инновационной активности – основной тренд в современной информационной среде. На текущем этапе развития телематики основным форматом взаимодействия является «Machine to machine» (M2M). Самым ярким представителем телематических решений является система спутникового мониторинга транспорта (СМТ) – комплексная электронно-техническая система, состоящая из совокупности наземного и космического оборудования, предназначенная для определения местоположения (географических координат и высоты), а также параметров движения (скорости, направления движения и т.д.) для наземных, водных и воздушных объектов [4].

Рынок СМТ или, как его еще называют, рынок транспортной телематики находится в стадии активного развития и повсеместной интеграции своих продуктов и решений. Одной из областей, в которую в последнее время активно внедряются СМТ, является страхование автотранспорта. Инно-

вационный продукт «Умное страхование» уже активно реализуется во многих европейских странах, и постепенно получает распространение на российском рынке.

В условиях глобального экономического кризиса, когда предприятия оказались в жестких финансовых рамках, вопросы, касающиеся внедрения новых систем, встали с особой остротой. Причина тому – их внедрение связано не только и не столько с приобретением того или иного программного обеспечения. Это целый комплекс мероприятий, в результате которых в корне должны поменяться бизнес-процессы. Кроме того, это не разовая акция, а длительный и довольно затратный процесс, позволяющий претендовать на получение хоть какого-то экономического эффекта в перспективе [3].

Страхование – особый вид экономических отношений, обеспечивающий финансовую защиту интересов страхователя страховщиком за определенную плату. Защита обеспечивается денежной компенсацией из формируемого путем выплаты страхователями страховых взносов (премий), при наступлении определенных событий (страхового случая). Рынок страхования в Российской Федерации является с одной стороны – высоко конкурентным, а с другой – чрезвычайно чувствительным к изменениям во внешней среде как на микро-, так и на макро-уровне.

Автомобильный транспорт является одним из наиболее распространенных объектов страхования. В настоящее время в нашей стране существует два вида страхования автотранспорта. Обязательное страхование автогражданской ответственности (ОСАГО). Объектом страхования являются имущественные интересы, связанные с риском гражданской ответственности владельца транспортного средства по обязательствам, возникающим вследствие причинения вреда жизни, здоровью или имуществу потерпевших при использовании транспортного средства на территории РФ. ОСАГО регулируется в России законом «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств», является обязательным для владельцев автотранспортных средств. Тарификация такого вида страхования закреплена государством и зачастую является неликвидной для страховых компаний;

Второй вид страхования автотранспорта, добровольный – комплексное автомобильное страхование кроме ответственности (КАСКО) [5]. В отличие от обязательного страхования, страховая премия по КАСКО устанавливается не государством, а страховыми компаниями, каждая из которых разрабатывает собственную тарифную сетку и вводит различные поправочные коэффициенты исходя из собственных исследований и статистических данных. Страховщики стремятся оптимизировать соотношение страховых премий и страховых выплат.

К числу ключевых показателей, на основании которых страховыми компаниями устанавливаются страховые коэффициенты, по которым вычисляется стоимость страхования КАСКО, относятся:

- «портрет» водителя (возраст, водительский стаж, страховая история) – взрослый опытный водитель, не являвшийся виновником дорожно-транспортного происшествия (ДТП) за отчетный период, имеет возможность получить наиболее выгодную тарификацию, так как риск наступления страхового случая у водителя соответствующего таким параметрам существенно ниже;
- автомобиль – марка, модель, мощность двигателя, год выпуска, стоимость автомобиля и средняя стоимость нормо-часа на станциях технического обслуживания, статистика угонов в регионе дислокации;
- дополнительное оборудование: наличие противоугонных систем, систем определения местоположения автомобиля, наличие «тревожной кнопки» – любое оборудование, установленное на автомобиль и снижающее риски, позволит уменьшить стоимость страховки КАСКО. Динамика рынка страхования КАСКО за последние несколько лет наглядно показывает насколько существенное влияние оказывают на него такие внешние факторы как объем продаж новых автомобилей, финансовая

ситуация в стране (покупательная способность населения, уровень инфляции, размер ставок по кредитам и т.д.), стоимость обслуживания автомобильного транспорта (особенно иностранного производства).

Так, по данным автомобильного маркетингового агентства (см. табл. 1) общую тенденцию можно охарактеризовать отрицательным трендом по большинству показателей. К числу характерных особенностей можно отнести:

- полисов КАСКО продавалось больше, но дешевле;
- вполне реальная перспектива роста тарифов в ближайшем будущем;
- неоспоримое лидерство юридических лиц по количеству заключенных договоров страхования;
- настоятельная необходимость создать условия для повышения заинтересованности физических лиц, владельцев автотранспорта в приобретении полисов КАСКО.

Таблица 1

Динамика рынка КАСКО

Показатели рынка КАСКО	2012 г.	2013 г.	Рост/ падение	2014 г.	Рост/ падение
Сумма премий (тыс. руб.)	196 148 641	212 306 873	8 %	218 554 418	3 %
Заключено договоров (шт.)	4 851 134	4 932 119	2 %	5 212 434	6 %
Средняя премия (руб.)	40 434	43 046	6 %	41 929	-3 %
Средняя страховая сумма (руб.)	1 201 510	1 076 851	-10 %	960 226	-11 %
Сумма страховых выплат (тыс. руб.)	123 513 412	153 549 722	24 %	169 579 374	10 %
Уровень выплат (%)	63	72	15 %	78	7 %
Средняя выплата (руб.)	44 522	48 983	10 %	56 069	14 %

Источник: [1].

Таким образом, для того что бы оставаться конкурентоспособными по тарифу, при этом сохраняя баланс премий и выплат, компаниям, реализующим КАСКО, необходимо искать инновационные инструменты, способствующие уточнению собираемых данных статистики, снижению страховых случаев, а так же формированию положительного имиджа среди потребителя. Решение «Умное страхование» соответствует всем этим критериям. Услугу предоставляет компания – телематический оператор. В данном случае страховая компания используется в качестве канала продаж телематического оборудования и программного обеспечения. В свою очередь услуга «Умное страхование», реализованная оператором под ключ, позволит страховой компании получить вполне ощутимые конкурентные преимущества.

Услуга предоставляется телематическим оператором на основании договора со страховой компанией. Договором предусмотрено создание уникального программного обеспечения для страховщика и (если потребуется) для клиента страховой компании, а так же поставка специальных устройств. Отличительная особенность такого устройства – легкий процесс монтажа, связанный со

спецификой услуги (частные лица не готовы тратить время на установку стандартного телематического блока, а страховщики не готовы платить за работы по осуществлению монтажа). Такое устройство монтируется в CAN-порт автомобиля и позволяет считывать такие параметры как время работы двигателя, координаты автомобиля, пробег за определенный промежуток времени, скорость движения, динамику набора и снижения скорости (контроль стиля вождения)

Это позволит страховым компаниям обоснованно определять тарификацию стоимости полиса КАСКО с учетом индивидуальных особенностей клиента. Например, предоставлять тестовый период потенциальному клиенту, для определения его стиля вождения и формирования соответствующей цены полиса КАСКО, устанавливать тарифы на пролонгацию договора с учетом годовой статистики пользования автомобилем. Так, в случае если автомобиль эксплуатируется редко, не нарушает скоростной режим и совершает плавное маневрирование – риски для страховой компании, очевидно, снижаются и они могут предложить более выгодные для потребителя тарифы. Методики и оценки эксплуатации транспорта в каждой страховой компании могут быть индивидуальными.

В настоящее время существует целый ряд методик, позволяющих рассчитывать размер тарифа. К числу наиболее популярных можно отнести:

- предложение страхового тарифа клиенту на основе анализа его индивидуального стиля вождения (в какое время суток используется автомобиль, по каким дням недели совершаются поездки, где и на каких типах дорог используется автомобиль);
- PPU («Pay per use» – «Плати как используешь») – определение страхового тарифа клиенту на основе анализа интенсивности использования автомобиля («Тариф выходного дня» для дачников «Весна – лето» для владельцев «летнего транспорта»);
- PPR («Pay per risk» – «Плати за риск») – предложение страхового тарифа клиенту на основе анализа степени рискованности его поездок: установленный в автомобиле акселерометр позволяет фиксировать дорожно-транспортное происшествие (ДТП), а автоматический алгоритм обработки информации – определять потенциальную аварийную опасность различных типов дорог в разных регионах страны (городских, загородных, автомагистралей), анализ передвижений клиента позволяет рассчитать статистическую вероятность ДТП и определить соответствующий тариф по риску «ущерб». Аналогичный подход применяется для расчета тарифа по риску «угон» на основе анализа стоянок клиента (посещение гипермаркетов, использование гаража и т.п.).

Кроме того, владелец транспортного средства получает упрощенную телематическую систему, позволяющую ему контролировать собственный стиль вождения, рассчитывать затраты на горюче-смазочные материалы (ГСМ) и просто получать статистические данные о работе собственного автомобиля. Исходя из вышесказанного, можно утверждать, что применение телематических технологий в формировании тарифов услуги «Умное страхование» все участники проекта получают положительный экономический эффект:

- телематический оператор: увеличивает выручку; получает новый канал сбыта; расширяет линейку продуктов; увеличивает узнаваемость бренда среди физических лиц, получает опыт по работе с физическими лицами и «трамплин» для выхода на новые рынки;
- страховая компания: снижение страховых выплат; повышение точности актуарных расчетов, расширение клиентской базы, повышение лояльности клиентов, автоматизация процесса принятия управленческих решений;
- клиент страховой компании: экономия на страховых тарифах, повышение уровня безопасности как водителя и пассажиров (путем повышения дисциплины), снижение расходов на содержание автомобиля.

Следовательно, применение телематических инструментов в такой отрасли как страхование выглядит довольно перспективным. По разным оценкам экспертов, рынок страховой телематики бу-

дет насчитывать 1,5 млн абонентов уже к 2018 г.; а к 2020 г. может составить 2–2,5 млн. Прогноз до 2023 г. – 4,7 млн страховых полисов с привязанными телематическими устройствами. По оценке Группы компаний Межотраслевой центр мониторинга (ГК «МЦМ») – ведущего телематического оператора всего в мире порядка 100 проектов из них 57 вошли в фазу коммерческой эксплуатации. В России известно реализации аналогичных проектов в таких страховых компаниях как: ОАО «Интач страхование», Группа «Ренессанс страхование», ОАО «РОСНО», ОАО «Ингосстрах».

ГК «МЦМ» одна из первых начала реализацию проекта по внедрению инструментов телематики в страховой бизнес. Бизнес-идея проекта заключается в освоении рынка страховой телематики с подключением не менее 25 000 объектов мониторинга к навигационно-информационной услуге ГК «МЦМ» за первые три года.

Услуга ГК «МЦМ» заключается в предоставлении клиенту и компаниям – партнерам комплексного навигационно-информационного сервиса под «ключ» с возможностью создания на ее основе различных дополнительных сервисов позволяющих:

- страховым компаниям: выявлять случаи страхового мошенничества за счет детального восстановления картины любого ДТП, улучшать соотношение премии/выплаты за счет точного определения «рискованности» каждого клиента и предложения соответствующего страхового тарифа, создавать дополнительные маркетинговые возможности таких как разработка новых страховых тарифов, зависящих от стиля вождения, интенсивности использования автомобиля и характера перемещений клиента, упростить процедуры урегулирования убытков на основе анализа ДТП и определения виновной стороны;

- автодилеру – получить дополнительный доход на установке (активации) оборудования, получить возможность заблаговременно приглашать автовладельца на плановое ТО;

- клиенту: экономить на страховых тарифах, иметь возможность использовать WEB-интерфейс для получения различных телематических отчетов.

На начальном этапе ГК «МЦМ» реализует бизнес-модель продажи на основании расчетов, представленных в таблице 2.

При условии, что оборудование дилеру поставляется по цене 8 тыс. руб., дилер будет зарабатывать от 7 тыс. до 9 тыс. руб. за одну установку. В связи с чем, данная программа становится ему крайне интересна.

Страховой агент будет рекомендовать приобрести комплект «Умного страхования» в виде дополнительного оборудования.

Таблица 2

Товарная схема взаимодействия партнеров

Показатель	2015	2016	2017	за 3 года 2015–2017
Выручка, руб.	27 937 500	99 000 000	183 600 000	310 537 500
в т.ч. оборудование	24 000 000	72 000 000	117 000 000	213 000 000
Абонентская плата	3 937 500	27 000 000	66 600 000	97 537 500
EBITDA, руб.	5 837 500	39 525 000	96 425 000	141 787 500
в т.ч. оборудование	9 000 000	27 000 000	52 000 000	88 000 000
Абонентская плата	-3 162 500	12 525 000	44 425 000	53 787 500

Окончание таблицы 1

Показатель	2015	2016	2017	за 3 года 2015–2017
Рентабельность по EBITDA, %	21 %	40 %	53 %	46 %
в т.ч. оборудование	38 %	38 %	44 %	41 %
Абонентская плата	-80 %	46 %	67 %	55 %
Чистая прибыль, руб.	4 670 000	31 620 000	77 140 000	113 430 000
в т.ч. Оборудование	7 832 500	21 600 000	41 600 000	71 032 500
Абонентская плата	-3 162 500	10 020 000	35 540 000	42 397 500
Рентабельность по чистой прибыли, %	17 %	32 %	42 %	37 %
в т.ч. оборудование	33 %	30 %	36 %	33 %
Абонентская плата	-80 %	37 %	53 %	43 %
Инвестиции в проект	18 500 000	51 600 000	72 800 000	142 900 000

EBITDA – Earnings Before Interest, Dividend, Tax and Amortization, прибыль до вычета процентов, налогов и амортизации

Источник: Составлено Манцуровым К.Б. по данным ГК «МЦМ»

Цена комплекта для клиента должна составлять не более 50 % от выгоды второго года оплаты КАСКО, т.е. не более 15–17 тыс. руб. с установкой (активацией). Клиент будет оплачивать абонентскую плату компании МЦМ за доступ к WEB приложению. На начальном этапе проект реализуется только в отношении новых автомобилей.

Библиографический список

1. Динамика рынка страхования КАСКО [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.narinfo.ru/page/id/30868> (дата обращения : 10.05.2016).
2. Жилкин, О. Н. Информационные технологии как инструмент инноваций в бизнесе/ О. Н. Жилкин // Инновационное развитие и экономический рост: Материалы V Международной научной конференции. Москва, РУДН, 3 ноября 2011 г. – М. : РУДН, 2011 – С. 788–792.
3. Жилкин, О. Н. Системы управления предприятием в условиях преодоления мирового финансово-экономического кризиса / О. Н. Жилкин // Вестник Университета. – 2010 г. – № 20. – С. 138–144.
4. Манцуров, К. Б. Интеграция систем спутникового мониторинга транспортных средств в единое информационное пространство предприятий / К. Б. Манцуров // Мировые тенденции и перспективы развития инновационной экономики: материалы V научно-практической конференции молодых ученых Москва, РУДН, 19 мая 2016 г. – М. : РУДН, 2016. – С. 153–161.
5. Расшифровка аббревиатуры КАСКО [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://pravo-auto.com/kasko-rasshifrovka/> (дата обращения : 10.05.2016).