

14 декабря 2016, г. Москва

Электронные технологии в страховании



Диджитал-трансформация

**Обзор «Электронные технологии в страховании: диджитал-трансформация»
подготовили:**

Ольга Скуратова,
директор, страховые рейтинги

Алексей Янин,
управляющий директор, страховые рейтинги



СОДЕРЖАНИЕ

Резюме	3
Методология	5
Продажи	6
Урегулирование	10
Телематика	11
Прогноз	12
Приложение. Рэнкинги страховых компаний по директ-страхованию	13
Интервью с Кареном Асояном, директором по связям с общественностью СПАО «Ингосстрах».	18
Интервью с Денисом Ивановым, исполнительным директором компании «АДС-Софт»	21
Интервью с Михаилом Болсуновским, первым заместителем генерального директора компании «Совзонд»	23

РЕЗЮМЕ

В 2017 году не менее 73% страховщиков планируют внедрить новые высокотехнологичные решения, не менее четверти – разработать или усовершенствовать клиентские дистанционные сервисы продажного и постпродажного обслуживания. По оценкам RAEX (Эксперт РА), на сегодняшний день только 5% страховщиков предоставляют своим клиентам возможность запустить процесс урегулирования при помощи мобильных приложений. Доля компаний, предлагающих продукты с использованием телематических устройств, на российском страховом рынке составляет всего 13%. Мы ожидаем, что начало обязательных продаж электронных полисов ОСАГО при отсутствии потрясений на страховом рынке может многократно увеличить объемы директ-страхования в 2017 году.

Только 5% страховщиков предоставляют своим клиентам постпродажное обслуживание при помощи мобильных приложений. По оценкам RAEX (Эксперт РА), 76% страховых компаний в процессе продаж страховых продуктов применяют ИТ-решения, связанные с использованием Интернета, и только 43% предоставляют возможность на своем сайте в режиме онлайн произвести расчет и покупку страхового полиса. В основном это продукты по страхованию от несчастных случаев и болезней, страхованию выезжающих за рубеж, ДМС, страхованию автокаско, страхованию имущества физических лиц и некоторые другие розничные, «коробочные» по своей сути, продукты.

Мобильные технологии в страховании только развиваются, и в настоящее время 16% страховщиков применяют мобильное программное обеспечение при продажах страховых услуг, и лишь 7% компаний предлагают своим клиентам возможность использования мобильных приложений при покупке страхового полиса. В процессе урегулирования страховых случаев, по оценкам RAEX (Эксперт РА), ИТ-решения, связанные с использованием Интернета, применяют менее половины страховщиков (47%), мобильные приложения (для клиентов и агентов) еще меньше – 12%. Возможность заявить о страховом случае, отправить копии документов и отслеживать статус рассмотрения страховых случаев при помощи мобильного приложения предоставляют своим клиентам менее 5% страховщиков.

Объем сегмента директ-страхования в абсолютном выражении прибавил 1,2 млрд рублей и достиг 8,2 млрд рублей по итогам 2015 года. Под директ-страхованием RAEX (Эксперт РА) понимает дистанционную продажу полисов страхования (оформление полиса и расчет его конечной стоимости) через Интернет или колл-центр без участия посредников – страховых агентов. Темпы прироста взносов сегмента (17%) существенно опережают темпы прироста рынка страхования в целом (3,6% за 2015 год). Доля директ-страхования в общем объеме страхового рынка (1 024 млрд рублей) растет (+0,1 п. п. за 2015 год) и составила 0,8%. Основной вклад в прирост взносов сегмента в 2015 году обеспечили страхование выезжающих за рубеж (+310 млн рублей) в основном за счет падения курса национальной валюты и удорожания стоимости полисов в рублевом эквиваленте и ОСАГО (+480 млн рублей) за счет запуска продаж электронных полисов.

Крупнейшими видами страхования по доле взносов в сегменте директ на протяжении двух последних лет являются страхование автокаско (31% за 2015 год), ДМС (19% за 2015 год) и страхование от несчастных случаев и болезней (16% за 2015 год). По результатам анкетирования, проведенного RAEX (Эксперт РА), лидерами по взносам по итогам 2015 года в сегменте директ-страхования стали АО «Страховая Компания Метлайф», АО «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ» и АО «Тинькофф Страхование».

На смену стандартным страховым продуктам приходят индивидуальные и более гибкие решения. По оценкам RAEX (Эксперт РА), доля компаний, предлагающих продукты с использованием телематических устройств, на российском страховом рынке составляет всего 13%. Некоторые страховщики в прошлом запускали пилотные проекты по внедрению «черных ящиков», однако, не получив желаемых результатов, свернули развитие этого направления. Дело в том, что телемати-



ческое устройство приобреталось за счет средств клиента и скидка на страхование могла оказаться меньше расходов на само оборудование.

Сегодня компании предлагают телематическое оборудование в аренду на определенный срок (например, три – шесть месяцев), что делает его более доступным для клиентов, а в некоторых случаях и вовсе бесплатным. По истечении «испытательного» срока страхователь может претендовать на получение скидки на страхование, что, впрочем, совсем не исключает получения скидок в том же размере постоянными, но не использующими телематику клиентами, поэтому в некоторых случаях использование телематики может быть экономически нецелесообразным.

Практика применения телематических устройств в зарубежных странах показывает, что «черные ящики» позволяют не только разработать личный для каждого клиента тарифный план и уменьшить конечную стоимость услуги для аккуратных водителей, но и также снизить риски угона автомобилей и мошенничества. В ряде стран установка телематики на новые автомобили обязательна и является частью правительственных программ по снижению числа ДТП и угонов.

По данным RAEX (Эксперт РА), не менее 73% страховщиков планируют внедрить новые ИТ-продукты и решения в 2017 году. Не менее четверти страховщиков направят свои усилия на разработку или совершенствование клиентских сервисов – запуск и / или доработке онлайн-магазина по добровольным видам, личного кабинета страхователя и мобильных приложений. Текущая ситуация на рынке (снижение спроса и падение рентабельности), с одной стороны, снижает возможности компаний по изысканию дополнительных средств для инвестирования в разработку или реновацию ИТ-систем, с другой – является драйвером этого процесса.

Компании готовы вкладываться в новые технологии для того, чтобы соответствовать растущим ожиданиям клиентов и успешно конкурировать на быстро изменяющемся рынке. В результате запуска обязательных продаж электронных полисов ОСАГО и в отсутствие потрясений на страховом рынке в предстоящем году мы ожидаем многократного увеличения объемов директ-страхования. Количественный прогноз затруднителен в связи с высокой неопределенностью развития рынка электронных полисов ОСАГО.

МЕТОДОЛОГИЯ

Рейтинговое агентство RAEX (Эксперт РА) провело опрос участников страхового рынка по использованию ИТ-решений в страховой деятельности в рамках масштабного анкетирования по итогам 1 полугодия 2016 года. В анкетировании приняли участие 68 компаний / групп компаний, чья суммарная рыночная доля на страховом рынке превышает 80%.

Объемы сегмента директ-страхования оценивались агентством на основе данных, полученных в ходе анкетирования по итогам 2015 года. Среди 94 компаний, приславших анкеты для участия в рэнкингах за 2015 год, 35 предоставили данные по директ-страхованию. По оценкам RAEX (Эксперт РА), в настоящее время количество компаний, занимающихся директ-страхованием, на рынке не превышает 40. Не все компании смогли принять участие в анкетировании, так как еще не ввели отдельный учет этого сегмента. Мы ожидаем, что уже в ближайшие два-три года с увеличением веса сегмента в портфеле большинство страховщиков придут к необходимости его обособленного учета в управленческой отчетности.

Под директ-страхованием RAEX (Эксперт РА) понимает дистанционную продажу полисов страхования (оформление полиса и расчет его конечной стоимости) через Интернет или колл-центр без участия посредников – страховых агентов. Оценка объемов директ-страхования производилась на основании суммы взносов по данным анкет компаний, принявших участие в анкетировании, а также экстраполяции результатов с учетом объемов взносов, предположительно не отраженных компаниями в анкете в этом году в связи с невозможностью предоставления таких данных. В процессе оценки не производилась корректировка на объем взносов компаний, не принимавших участие в анкетировании. Таким образом, оценка RAEX (Эксперт РА) объемов сегмента директ-страхования является консервативной и реальный объем сегмента может превышать приведенные агентством цифры.

Объемы взносов по ОСАГО в сегменте директ-страхования RAEX (Эксперт РА) оценивает исключительно на основе анкет, предоставленных компаниями, и не учитывает взносы по компаниям, не принявшим участие в анкетировании. Взносы включают в себя продажи как обычных, так и электронных полисов, в связи с чем могут не совпадать с данными РСА и ЦБ РФ.

Компаниям, предоставившим данные для исследований, также были заданы дополнительные вопросы с целью проверки и уточнения величин страховых премий, получаемых через колл-центр и Интернет.

Чтобы добиться максимальной достоверности, каждая анкета проверялась по следующим трем пунктам:

- соответствие единиц измерения;
- суммы строк в разбивке должны быть меньше или равны итоговым значениям;
- значение взносов сегмента директ-страхования по видам и итогу не должны превышать значения премий, полученные суммарно с помощью всех каналов продаж, по этим видам и итогу.

Для сравнения полученных данных также были использованы исследования RAEX (Эксперт РА) по директ-страхованию за 2008, 2010, 2013 и 2014 годы.



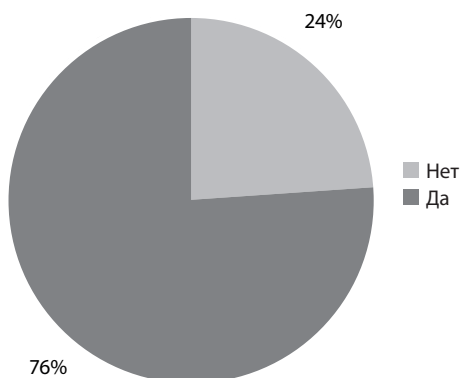
ПРОДАЖИ

В условиях падения спроса на добровольные виды страхования конкуренция за клиента на страховом рынке обостряется. Учитывая усиленный надзор за финансовой устойчивостью игроков, сегодня страховщики не могут себе позволить демпинг как способ борьбы или удержания клиента, что приводит их к поискам новых возможностей для увеличения продаж и повышения лояльности действующих страхователей. Еще одна причина роста интереса к новым решениям и технологиям – сокращение издержек и повышение рентабельности страхового бизнеса.

По оценкам RAEX (Эксперт РА), 76% страховых компаний в процессе продаж страховых продуктов применяют ИТ-решения, связанные с использованием Интернета. Эти решения позволяют компаниям как ускорить процессы заключения договоров страхования напрямую с клиентами – физическими и юридическими лицами, – так и упростить коммуникации с агентами и продающими подразделениями.

График 1. Применение страховыми компаниями ИТ-решений, связанных с использованием Интернета, в процессе продаж страховых продуктов

Применяются ли в вашей компании в процессе продаж страховых продуктов ИТ-решения, связанные с использованием Интернета?



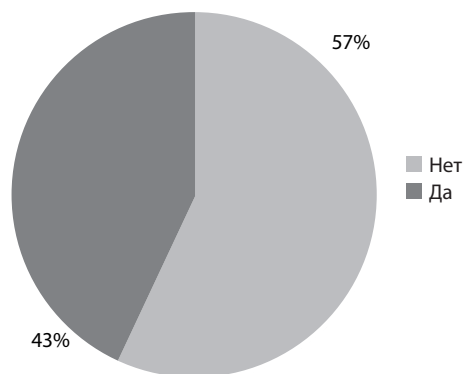
Источник: RAEX (Эксперт РА)

В то же время только 43% страховых компаний предоставляют возможность на своем сайте в режиме онлайн произвести расчет и покупку страхового полиса. В основном это продукты по страхованию от несчастных случаев и болезней, страхованию выезжающих за рубеж, ДМС, страхованию автокаско, страхованию имущества физических лиц и некоторые другие розничные, «коробочные» по своей сути, продукты.

Мобильные технологии в страховании только развиваются и в настоящее время не очень распространены – пока 16% страховщиков используют мобильное программное обеспечение при продажах страховых услуг, и лишь 7% компаний предлагают своим клиентам возможности использования мобильных приложений при покупке страхового полиса.

График 2. Осуществление страховыми компаниями продажи страховых продуктов через сайт

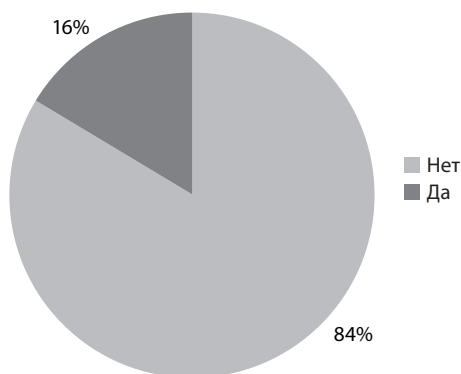
Осуществляет ли компания продажи страховых продуктов через сайт?



Источник: RAEX (Эксперт РА)

График 3. Применение страховыми компаниями ИТ-решений, связанных с использованием мобильных приложений, в процессе продаж страховых продуктов

Применяются ли в вашей компании в процессе продаж страховых продуктов ИТ-решения, связанные с использованием мобильных приложений?



Источник: RAEX (Эксперт РА)

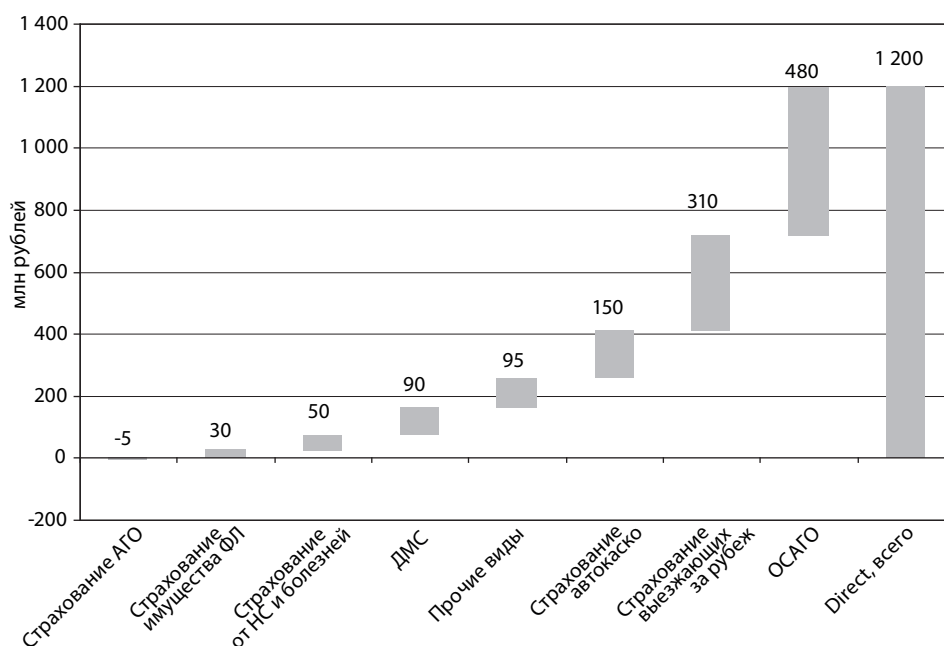
По оценкам RAEX (Эксперт РА), объем сегмента директ-страхования в 2015 году по сравнению с 2014 годом в абсолютном выражении прибавил 1,2 млрд рублей и достиг 8,2 млрд рублей. Под директ-страхованием RAEX (Эксперт РА) понимает дистанционную продажу полисов страхования (оформление полиса и расчет его конечной стоимости) через Интернет или колл-центр без участия посредников – страховых агентов. Темпы прироста взносов сегмента (17%) существенно опережают темпы прироста рынка страхования в целом (3,6% за 2015 год). Доля директ-страхования в общем объеме страхового рынка (1 024 млрд рублей) растет (+0,1 п. п. за 2015 год) и составила 0,8%.

Основной вклад в прирост взносов сегмента в 2015 году обеспечили страхование выезжающих за рубеж (+310 млн рублей) в основном за счет падения курса национальной валюты и удорожания стоимости полисов в рублевом эквиваленте и ОСАГО¹ (+480 млн рублей) за счет запуска продаж электронных полисов.

¹ Объемы взносов по ОСАГО в сегменте директ-страхования RAEX (Эксперт РА) оценивает исключительно на основе анкет, предоставленных компаниями, и не учитывает взносы по компаниям, не принявшим участие в анкетировании. Взносы включают в себя продажи как обычных, так и электронных полисов, в связи с чем могут не совпадать с данными РСА и ЦБ РФ.

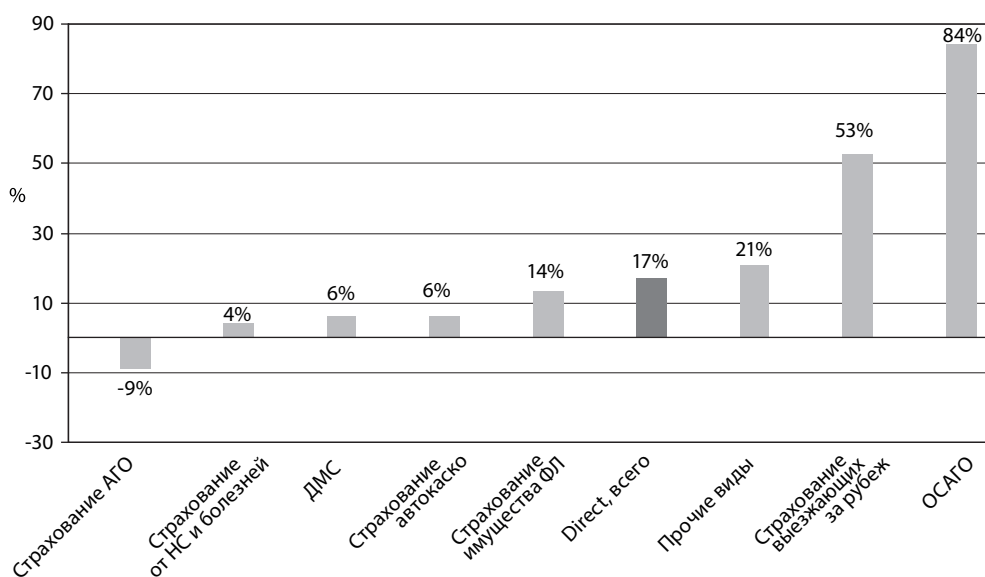


График 4. Прирост взносов по директ-страхованию в разрезе видов страхования, 2015 год



Источник: RAEX (Эксперт РА)

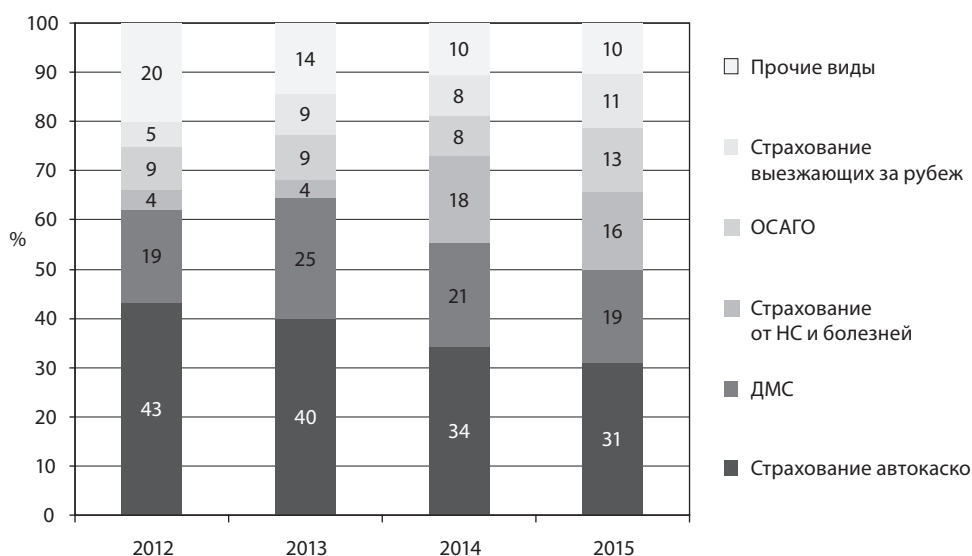
График 5. Темпы прироста взносов по директ-страхованию в разрезе видов страхования, 2015 год



Источник: RAEX (Эксперт РА)

Крупнейшими видами страхования по доле взносов в сегменте директ на протяжении двух последних лет являются страхование автокаско (31% за 2015 год), ДМС (19% за 2015 год) и страхование от несчастных случаев и болезней (16% за 2015 год).

График 6. Динамика структуры директ-страхования по видам страхования



Источник: RAEX (Эксперт РА)

Концентрация в сегменте директ-страхования в 2015 году выросла, прервав понижательную тенденцию последних трех лет. Доля топ-5 лидеров сегмента по итогам 2015 года составила 71% от общего объема директ-страхования. Концентрация сегмента снижалась три года подряд (в 2014 году на премии топ-5 страховщиков приходилось 68% от взносов, в 2013 году – 73%, в 2012 году – 76%).

По результатам анкетирования, проведенного RAEX (Эксперт РА), лидерами по взносам по итогам 2015 года в сегменте директ-страхования стали АО «Страховая Компания Метлайф», АО «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ» и АО «Тинькофф Страхование».

Таблица. Директ-страхование, итоги, 2015 год

Место	Компания / группа компаний	Взносы, тысяч рублей	Взносы, 2014 год, тысяч рублей	Темпы прироста взносов, %
1	АО «Страховая Компания Метлайф»	1 622 427	1 376 114	17,9
2	АО «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ»	1 483 382	1 225 139	21,1
3	АО «Тинькофф Страхование»	1 275 222	956 961	33,3
4	ГРУППА РЕНЕССАНС СТРАХОВАНИЕ	874 544	794 384	10,1
5	Либерти Страхование (АО)	550 017	424 871	29,5
6	Страховая группа «АльфаСтрахование»	503 163	301 845	66,7
7	Группа «ИНГО»	424 691	380 486	11,6
8	ООО СК «ВТБ Страхование»	270 823	203 570	33,0
9	Группа Альянс	132 927	453 570	-70,7
10	ГК Росгосстрах и Капитал	114 927	81 709	40,7
11	АО «СКО»	90 724	30 204	200,4
12	САО «ВСК»	64 276	0	–
13	Страховая группа «УРАЛСИБ»	44 807	78 959	-43,3
14	ООО «Страховая компания «Независимость»	43 779	12 132	260,9
15	АО «ЕРВ Туристическое Страхование»	24 975	14 030	78,0
16	ООО Страховая Компания «Гелиос»	13 047	0	–
17	ООО СК «Сбербанк страхование»	11 507	0	–
18	Страховая группа МАКС	8 288	6 938	19,5



Окончание таблицы

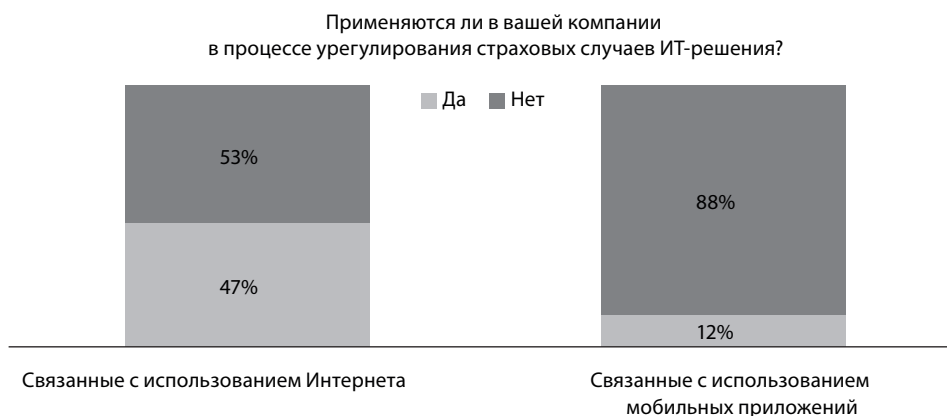
Место	Компания / группа компаний	Взносы, тысяч рублей	Взносы, 2014 год, тысяч рублей	Темпы прироста взносов, %
19	АО «Страховая Компания «ПОЛИС-ГАРАНТ»	5 496	2 395	129,5
20	АО «Страховая компания «Колымская»	4 946	311	1 490,4
21	ООО «БИН Страхование»	4 283	0	–
22	ООО «Страховое общество «Сургутнефтегаз»	4 156	2 792	48,9
23	СПАО «РЕСО-Гарантия»	3 523	13 590	-74,1
24	ООО «Зетта Страхование»	2 706	0	–
25	Страховая группа «СОГАЗ»	2 674	3 853	-30,6
26	ООО «РУССКОЕ СТРАХОВОЕ ОБЩЕСТВО «ЕВРОИНС»	1 017	813	25,1
27	ООО СК «Сбербанк страхование жизни»	672	155	333,5
28	ООО «Страховое общество «Помощь»	507	38	1 234,2
29	ПАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ»	474	444	6,8
30	ООО «СК «Согласие»	340	150	126,7
31	Страховая компания ЭРГО	196	0	–
32	ПАО «Страховая группа «ХОСКА»	131	0	–
33	САО «Надежда»	124	0	–
34	АО «ЮЖУРАЛЖАСО»	54	0	–
35	ООО «Британский Страховой Дом»	3	0	–

Источник: RAEX (Эксперт РА)

УРЕГУЛИРОВАНИЕ

В процессе урегулирования страховых случаев, по оценкам RAEX (Эксперт РА), ИТ-решения, связанные с использованием Интернета, применяют менее половины страховщиков (47%), мобильные приложения (для клиентов и агентов) еще меньше – 12%. Возможность заявить о страховом случае, отправить копии документов и отслеживать статус рассмотрения страховых случаев при помощи мобильного приложения предоставляют своим клиентам менее 5% страховщиков.

График 7. Применение страховыми компаниями ИТ-решений в процессе урегулирования страховых случаев



Источник: RAEX (Эксперт РА)

ТЕЛЕМАТИКА

На смену стандартным страховым продуктам приходят индивидуальные и более гибкие решения, одним из которых является страхование на основе данных об использовании автомобиля, получаемых при помощи телематических устройств. Телематика собирает данные о стиле управления автомобилем и частоте его использования, что позволяет разработать личный для каждого клиента тарифный план и снизить конечную стоимость услуги для аккуратных водителей. В то же время применение телематических устройств снижает риски угона и мошенничества. Кроме того, в некоторых странах «черные ящики» являются одним из пунктов правительственных программ по снижению числа ДТП и пострадавших в них. Например, в США телематические устройства используются уже более 15 лет и сегодня они рекомендованы для установки на все новые автомобили; в Бразилии «черные ящики» устанавливаются на все новые автомобили с 1 января 2016 года; в Италии наличие «коробок» на новых авто обязательно и закреплено законом с 2012 года.

По оценкам RAEX (Эксперт РА), доля компаний, предлагающих продукты с использованием телематических устройств, на российском страховом рынке составляет всего 13%.

График 8. Предложение страховыми компаниями страховых продуктов с использованием телематических устройств



Источник: RAEX (Эксперт РА)

Некоторые страховщики в прошлом запускали пилотные проекты по внедрению «черных ящиков», однако не получили желаемых результатов и свернули развитие этого направления. Дело в том, что телематическое устройство приобреталось за счет средств клиента и скидка на страхование в лучшем случае компенсировала расходы на оборудование. Сегодня компании предлагают телематическое оборудование в аренду на определенный срок (например, три – шесть месяцев), что делает его более доступным для клиентов, а в некоторых случаях и вовсе бесплатным. По истечении «испытательного» срока страхователь может претендовать на получение скидки на страхование, что, впрочем, совсем не исключает получения скидок в том же размере постоянными, но не использующими телематику клиентами, поэтому в некоторых случаях использование телематики может быть экономически нецелесообразным.



ПРОГНОЗ

Текущая ситуация на рынке (снижение спроса и падение рентабельности), с одной стороны, снижает возможности компаний по изысканию дополнительных средств для инвестирования в разработку или реновацию ИТ-систем, с другой – является драйвером этого процесса. Компании готовы инвестировать в новые технологии для того, чтобы соответствовать растущим ожиданиям клиентов и успешно конкурировать на быстро изменяющемся рынке.

График 9. Планы страховых компаний по внедрению в ближайшие годы ИТ-решений



Источник: RAEX (Эксперт РА)

По данным RAEX (Эксперт РА), не менее 73% страховщиков планируют внедрить новые ИТ-продукты и решения в 2017 году, не менее четверти страховщиков направят свои усилия на разработку или совершенствование клиентских сервисов – запуск и / или доработку онлайн-магазина по добровольным видам, личного кабинета страхователя и мобильных приложений.

В результате запуска обязательных продаж электронных полисов ОСАГО и в отсутствие потрясений на страховом рынке в предстоящем году мы ожидаем многократного увеличения объемов директ-страхования. Количественный прогноз затруднителен в связи с высокой неопределенностью развития рынка е-полисов ОСАГО.

ПРИЛОЖЕНИЕ. РЭНКИНГИ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ ПО ДИРЕКТ-СТРАХОВАНИЮ

Таблица 1. Добровольное медицинское страхование (без учета ВЗР), 2015 год

Место	Компания / группа компаний	Взносы, тысяч рублей	Взносы, 2014 год, тысяч рублей	Темпы прироста взносов, %
1	АО «Страховая Компания Метлайф»	1 012 755	819 772	23,5
2	Группа Альянс	67 795	239 449	-71,7
3	АО «СКО»	52 257	0	–
4	АО «Страховая Компания «ПОЛИС-ГАРАНТ»	2 949	230	1 182,2
5	Страховая группа «СОГАЗ»	1 890	2 764	-31,6
6	Страховая группа «АльфаСтрахование»	1 413	66	2 040,9
7	Страховая группа «УРАЛСИБ»	1 361	2 006	-32,2
8	Либерти Страхование (АО)	853	1 522	-44,0
9	Страховая группа МАКС	499	0	–
10	АО «Страховая компания «Колымская»	399	192	107,8
11	САО «ВСК»	308	0	–
12	ООО СК «ВТБ Страхование»	222	90	145,3
13	АО «ЮЖУРАЛЖАСО»	54	0	–
14	ООО «Страховое общество «Сургутнефтегаз»	6	11	-45,5

Источник: RAEX (Эксперт РА)

Таблица 2. Страхование от несчастных случаев и болезней (без учета ВЗР), 2015 год

Место	Компания / группа компаний	Взносы, тысяч рублей	Взносы, 2014 год, тысяч рублей	Темпы прироста взносов, %
1	АО «Тинькофф Страхование»	907 260	901 082	0,7
2	АО «Страховая Компания Метлайф»	233 808	203 489	14,9
3	Страховая группа «АльфаСтрахование»	28 130	25 092	12,1
4	ООО СК «ВТБ Страхование»	25 965	12 943	100,6
5	АО «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ»	20 352	22 118	-8,0
6	АО «СКО»	5 640	698	708,0
7	ООО «Страховая компания «Независимость»	3 055	887	244,4
8	Группа «ИНГО»	2 622	1 402	87,0
9	Группа Альянс	2 139	2 723	-21,4
10	Страховая группа «УРАЛСИБ»	1 881	347	442,1
11	ГК Росгосстрах и Капитал	748	1 787	-58,1
12	ООО СК «Сбербанк страхование жизни»	672	155	333,5
13	Либерти Страхование (АО)	607	412	47,4
14	ГРУППА РЕНЕССАНС СТРАХОВАНИЕ	291	50	482,0
15	Страховая группа МАКС	278	71	291,5
16	АО «Страховая компания «Колымская»	244	18	1 255,6



Окончание таблицы 2

Место	Компания / группа компаний	Взносы, тысяч рублей	Взносы, 2014 год, тысяч рублей	Темпы прироста взносов, %
17	Страховая группа «СОГАЗ»	154	9	1 611,1
18	САО «ВСК»	125	0	–
19	ООО «Страховое общество «Сургутнефтегаз»	62	35	77,1
20	ПАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ»	36	74	-51,4
21	ООО «БИН Страхование»	19	0	–
22	ООО СК «Сбербанк страхование»	6	0	–

Источник: RAEX (Эксперт РА)

Таблица 3. Страхование выезжающих за рубеж
(в том числе ДМС, НС, финансовые риски), 2015 год

Место	Компания / группа компаний	Взносы, тысяч рублей	Взносы, 2014 год, тысяч рублей	Темпы прироста взносов, %
1	Страховая группа «АльфаСтрахование»	385 259	209 879	83,6
2	Либерти Страхование (АО)	111 884	82 103	36,3
3	ООО СК «ВТБ Страхование»	102 337	41 215	148,3
4	АО «Тинькофф Страхование»	62 535	16 966	268,6
5	ГРУППА РЕНЕССАНС СТРАХОВАНИЕ	50 436	33 868	48,9
6	ГК Росгосстрах и Капитал	29 201	63 376	-53,9
7	АО «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ»	28 686	21 732	32,0
8	АО «ЕРВ Туристическое Страхование»	24 975	14 030	78,0
9	ООО Страховая Компания «Гелиос»	13 047	0	–
10	САО «ВСК»	11 999	0	–
11	ООО СК «Сбербанк страхование»	6 863	0	–
12	Страховая группа МАКС	6 511	6 615	-1,6
13	ООО «БИН Страхование»	3 604	0	–
14	Страховая группа «УРАЛСИБ»	1 332	3 025	-56,0
15	ООО «Страховое общество «Сургутнефтегаз»	1 081	483	123,8
16	ООО «РУССКОЕ СТРАХОВОЕ ОБЩЕСТВО «ЕВРОИНС»	1 009	812	24,3
17	АО «СКО»	771	1 210	-36,3
18	ООО «Зетта Страхование»	664	0	–
19	ООО «Страховое общество «Помощь»	507	38	1 234,2
20	ПАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ»	438	365	20,0
21	САО «Надежда»	124	0	–
22	ПАО «Страховая группа «ХОСКА»	88	0	–
23	Группа Альянс	6	26 395	-100,0
24	ООО «Британский Страховой Дом»	3	0	–
25	АО «Страховая Компания «ПОЛИС-ГАРАНТ»	3	64	-95,3

Источник: RAEX (Эксперт РА)

Таблица 4. Страхование автокаско, 2015 год

Место	Компания / группа компаний	Взносы, тысяч рублей	Взносы, 2014 год, тысяч рублей	Темпы прироста взносов, %
1	АО «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ»	1 017 926	888 479	14,6
2	ГРУППА РЕНЕССАНС СТРАХОВАНИЕ	635 940	640 309	-0,7
3	Либерти Страхование (АО)	259 469	233 119	11,3
4	Группа «ИНГО»	228 677	228 513	0,1
5	АО «Тинькофф Страхование»	210 790	13 950	1 411,0
6	ООО СК «ВТБ Страхование»	53 284	85 362	-37,6
7	Страховая группа «АльфаСтрахование»	45 191	36 379	24,2
8	Страховая группа «УРАЛСИБ»	18 871	64 174	-70,6
9	ООО «Страховая компания «Независимость»	14 018	6 667	110,3
10	АО «СКО»	13 801	25 757	-46,4
11	СПАО «РЕСО-Гарантия»	3 523	13 590	-74,1
12	ООО «Страховое общество «Сургутнефтегаз»	2 590	1 718	50,8
13	АО «Страховая Компания «ПОЛИС-ГАРАНТ»	1 930	1 535	25,7
14	ООО «СК «Согласие»	340	150	126,7
15	Группа Альянс	199	90 945	-99,8
16	ГК Росгосстрах и Капитал	131	0	–
17	САО «ВСК»	88	0	–
18	ООО «Зетта Страхование»	17	0	–

Источник: RAEX (Эксперт РА)

Таблица 5. Страхование имущества физических лиц, 2015 год

Место	Компания / группа компаний	Взносы, тысяч рублей	Взносы, 2014 год, тысяч рублей	Темпы прироста взносов, %
1	Группа «ИНГО»	116 992	99 717	17,3
2	ООО СК «ВТБ Страхование»	44 712	34 645	29,1
3	АО «Тинькофф Страхование»	32 586	22 580	44,3
4	Страховая группа «АльфаСтрахование»	16 907	7 428	127,6
5	АО «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ»	12 951	7 893	64,1
6	ГРУППА РЕНЕССАНС СТРАХОВАНИЕ	4 042	4 267	-5,3
7	ООО СК «Сбербанк страхование»	3 683	0	–
8	Группа Альянс	1 213	12 557	-90,3
9	Страховая группа «УРАЛСИБ»	907	1 056	-14,1
10	Либерти Страхование (АО)	715	618	15,8
11	Страховая группа МАКС	510	252	102,4
12	ООО «БИН Страхование»	445	0	–
13	Страховая группа «СОГАЗ»	438	87	403,4
14	ГК Росгосстрах и Капитал	367	1 021	-64,1



Окончание таблицы 5

Место	Компания / группа компаний	Взносы, тысяч рублей	Взносы, 2014 год, тысяч рублей	Темпы прироста взносов, %
15	САО «ВСК»	296	0	–
16	АО «Страховая Компания «ПОЛИС-ГАРАНТ»	243	135	80,0
17	ООО «Страховая компания «Независимость»	239	212	12,7
18	ООО «Страховое общество «Сургутнефтегаз»	170	107	58,9

Источник: RAEX (Эксперт РА)

Таблица 6. Страхование АГО, 2015 год

Место	Компания / группа компаний	Взносы, тысяч рублей	Взносы, 2014 год, тысяч рублей	Темпы прироста взносов, %
1	АО «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ»	28 553	32 126	-11,1
2	Группа «ИНГО»	5 924	6 379	-7,1
3	ГРУППА РЕНЕССАНС СТРАХОВАНИЕ	2 934	3 707	-20,9
4	АО «Тинькофф Страхование»	2 808	238	1 081,0
5	Либерти Страхование (АО)	2 747	4 398	-37,5
6	ООО СК «ВТБ Страхование»	408	1 017	-59,9
7	ООО «Страховая компания «Независимость»	281	399	-29,6
8	Страховая группа «АльфаСтрахование»	273	247	10,5
9	АО «СКО»	109	255	-57,3
10	Страховая группа «УРАЛСИБ»	108	524	-79,4
11	АО «Страховая Компания «ПОЛИС-ГАРАНТ»	57	38	50,0
12	ГК Росгосстрах и Капитал	12	41	-70,7
13	САО «ВСК»	4	0	–

Источник: RAEX (Эксперт РА)

Таблица 7. ОСАГО¹, 2015 год

Место	Компания / группа компаний	Взносы, тысяч рублей	Взносы, 2014 год, тысяч рублей	Темпы прироста взносов, %
1	АО «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ»	345 866	228 343	51,5
2	ГРУППА РЕНЕССАНС СТРАХОВАНИЕ	180 901	112 182	61,3
3	Либерти Страхование (АО)	168 474	100 855	67,0
4	ГК Росгосстрах и Капитал	84 468	14 752	472,6
5	Группа «ИНГО»	65 852	40 732	61,7
6	АО «Тинькофф Страхование»	59 243	2 145	2661,8
7	САО «ВСК»	51 067	0	–
8	ООО СК «ВТБ Страхование»	31 124	15 843	96,5

¹ Объемы взносов по ОСАГО в сегменте директ-страхования RAEX (Эксперт РА) оценивает исключительно на основе анкет, предоставленных компаниями, и не учитывает взносы по компаниям, не принявшим участие в анкетировании. Взносы включают в себя продажи как обычных, так и электронных полисов, в связи с чем могут не совпадать с данными РСА и ЦБ РФ.

Окончание таблицы 7

Место	Компания / группа компаний	Взносы, тысяч рублей	Взносы, 2014 год, тысяч рублей	Темпы прироста взносов, %
9	Страховая группа «УРАЛСИБ»	19 773	7 710	156,5
10	Страховая группа «Альфастрахование»	13 113	2 684	388,6
11	ООО «Зетта Страхование»	2 025	0	–
12	Страховая группа МАКС	490	0	–
13	АО «Страховая Компания «ПОЛИС-ГАРАНТ»	314	361	-13,0
14	ООО «Страховое общество «Сургутнефтегаз»	247	413	-40,2
15	Страховая компания ЭРГО	196	0	–
16	Страховая группа «СОГАЗ»	158	289	-45,3
17	ПАО «Страховая группа «ХОСКА»	43	0	–
18	ООО «РУССКОЕ СТРАХОВОЕ ОБЩЕСТВО «ЕВРОИНС»	8	0	–

Источник: RAEX (Эксперт РА)

Таблица 8. Прочие виды страхования, 2015 год

Место	Компания / группа компаний	Взносы, тысяч рублей	Взносы, 2014 год, тысяч рублей	Темпы прироста взносов, %
1	АО «Страховая Компания Метлайф»	375 864	352 853	6,5
2	Группа Альянс	61 575	13 439	358,2
3	АО «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ»	29 049	24 449	18,8
4	ООО «Страховая компания «Независимость»	26 186	3 948	563,3
5	АО «СКО»	18 146	0	–
6	Страховая группа «Альфастрахование»	12 877	20 070	-35,8
7	ООО СК «ВТБ Страхование»	12 772	12 454	2,6
8	Либерти Страхование (АО)	5 266	1 844	185,6
9	Группа «ИНГО»	4 624	3 742	23,6
10	АО «Страховая компания «Колымская»	4 303	101	4 160,4
11	ООО СК «Сбербанк страхование»	955	0	–
12	Страховая группа «УРАЛСИБ»	574	117	390,6
13	САО «ВСК»	389	0	–
14	ООО «БИН Страхование»	215	0	–
15	Страховая группа «СОГАЗ»	34	158	-78,5

Источник: RAEX (Эксперт РА)



**Интервью с Кареном Асояном,
директором по связям с общественностью СПАО «Ингосстрах»**

«Наша цель – предоставить клиентам возможность решать свои вопросы полностью в автоматизированном режиме»



– Каковы перспективы использования продуктов страхования с телематическими устройствами?

– Рост спроса на подобные услуги особенно заметен у b2b-клиентов, которые заинтересованы в экономии в период кризиса, но и доля страхователей – физических лиц тоже растет.

Страховая телематика – инновационный продукт для российского рынка, который имеет большие перспективы. Если сейчас мы говорим лишь о нескольких десятках тысяч транспортных средств с телематическими устройствами, то через 7–10 лет их число возрастет на порядки, по разным оценкам, до 3–5 млн. У данного рынка огромный потенциал.

– В каких страховых продуктах компания использует телематические устройства? Расскажите о принципах их работы.

– Основной страховой продукт с телематикой – «Умное автострахование», в нем применяется принцип индивидуальной тарификации. Это позволяет клиентам, которые ответственно водят автомобиль, существенно экономить при покупке полиса – до 40% от его первоначальной стоимости. Страховщик анализирует данные о стиле вождения, получаемые с телематического устройства в машине клиента, и оценивает риски наступления страхового случая. Аккуратные водители получают значительные скидки. В результате полис каско становится доступным для более широкого пула страхователей.

Мы запустили телематику два года назад, поэтому сейчас в нашем распоряжении уже имеется статистика. Используя ее, мы планируем и дальше совершенствовать этот продукт для удобства клиентов. Сначала страхователь должен был сам покупать и устанавливать телематическое устройство, что требовало определенных усилий. Сейчас же мы не продаем оборудование, а передаем его в безвозмездную аренду. Кроме того, сейчас есть такие мониторинговые системы, установка которых не требует практически никаких хлопот: устройство нужно просто вставить в диагностический разъем.

Продукты с телематическими устройствами развиваются и на рынке медицинского страхования. Во всем мире телемедицина стремительно становится нормой: это экономия и денег, и времени. Ее использование делает медицинскую помощь более качественной, позволяет учитывать альтернативное «второе мнение» или мнение врача, который ведет пациента постоянно.

Компания «Ингосстрах» успешно внедряет телематику в некоторых из клиник нашей сети «Будь Здоров». Например, в клинике в Сочи есть оборудование, которое помогает осуществлять консультации и корректировать программы индивидуальной реабилитации. Ранее опыт работы в формате телемедицины был отработан в клиниках «Будь Здоров» в Ступине и Каменске-Уральском.

А вообще, телематические системы могут использоваться в различных областях страхования. Например, если говорить о страховании крупных промышленных предприятий, то здесь возможно применение различных датчиков и прочих мониторинговых средств, расположенных непосредственно на объекте.

– Каково здесь состояние конкурентной среды? Насколько охотно клиенты готовы использовать телематические устройства, растет ли спрос?

– Если говорить о каско, то большинство российских страховщиков, которые предлагают продукты с телематикой, используют лишь два объединенных принципа мониторинга: Pay As You Drive (анализ данных по времени и местам поездки) и Pay How You Drive (анализ данных по торможению, разгону, превышению скорости и соблюдению правил маневра). В этом плане «Ингосстрах» немного впереди, так как мы развиваемся в направлении более новой страховой модели – Manage How You Drive (МНУД). Она не только использует распространенные виды скоринга, но и позволяет водителю следить за своей манерой вождения самостоятельно с помощью мобильного приложения. Кроме того, наши клиенты могут воспользоваться еще и рядом бесплатных сервисов по диагностике автомобиля. Это отличает нас от многих других игроков рынка.

Пока доля каско с телематикой в общем портфеле компании не очень велика. Но мы надеемся, что в ближайшее время все больше клиентов будут выбирать именно телематические страховые продукты. Заметный рост мы увидим лишь тогда, когда в стране повысится уровень страховой культуры и проникновения страхования в целом. «Ингосстрах» в свою очередь делает все возможное для этого – в том числе и за счет индивидуального подхода к каждому водителю и персональной тарификации.

– Применяются ли в вашей компании IT-решения, связанные с использованием Интернета и мобильных приложений? На каких стадиях взаимодействия клиента и страховой компании они применяются?

– Мы уделяем особое внимание взаимодействию клиентов с нашей компанией, и digital-представительства – сайт и мобильные приложения – не являются исключением. В 2016 году мы полностью обновили личный кабинет страхователя на сайте компании, доработали общедоступные сервисы сайта, работа с которыми возможна без регистрации.

На текущий момент мы разделяем функционал на две основные составляющие. Первая – базовый пул сервисов для неавторизованных клиентов, сайт и мобильное приложение. Это позволяет пользователям оплатить взнос по договору с рассрочкой, продлить договор каско и имущества без внесения изменений, узнать статус страхового случая или купить полис онлайн. Вторая – это расширенный пул сервисов для авторизованных клиентов. Сюда входит автоопределение ближайших действий, напоминание о продлении, оплате, изменение статуса страхового случая, продление договоров с возможностью изменения условий и заявление о страховом случае по каско.

Уже в 2017 году мы значительно расширим свое присутствие в мобильных приложениях. Клиенты смогут вообще не обращаться в офис: основные задачи, связанные с изменением полисов, дооформлением и заявлением убытков, можно будет решить удаленно через Интернет. Это понятные и доступные широкой массе клиентов возможности, а также сокращение времени на сопровождение договора страхования.

Сейчас наши клиенты могут заключать договоры по видам страхования, не требующим осмотра, просматривать статус урегулирования убытка по автострахованию и имущественным видам, заявлять убытки по каско, совершать любые платежи в рамках своего договора и продлять договоры автострахования онлайн.

– Применяются ли в вашей компании высокотехнологичные решения, связанные с противодействием мошенничеству?

– В течение долгого времени в «Ингосстрахе» для противодействия мошенничеству применялось решение, разработанное нашими собственными силами. Оно основано на обширном наборе бизнес-правил, черных списках и тому подобном, которые развивались и усиливались на основании разбора выявленных случаев мошенничества или гипотез бизнеса по возможным вариантам мошенничества.



В какой-то момент мы поняли, что развитие собственного решения будет наиболее эффективно с применением технологий Big Data. В итоге в этом году было принято решение об усилении технологической собственной разработки внешними с применением и интеграцией Big Data в IT-инфраструктуру компании.

Сейчас у нас идет активный запуск данного решения с учетом двух важнейших составляющих. Первая – реализация единого централизованного процесса проверки договоров на предмет возможного мошенничества вне зависимости от канала продаж. Вторая – применение в рамках проверок не только внутренней информации по клиенту или объекту страхования, но и информации из всех доступных внешних источников. Сюда входят, например, Интернет, внешние базы данных, кредитные бюро и так далее.

В общих словах принцип работы можно описать следующим образом: при заведении договора в системе происходит анализ информации из внешних и внутренних доступных источников. В дальнейшем на базе разработанных алгоритмов мы выявляем склонных к мошенничеству страхователей, к которым впоследствии применяется особый, более тщательный подход при заключении договора и урегулировании убытка.

Внедрение подобных технологий, по нашим ожиданиям, найдет применение не только в области борьбы с мошенничеством, но и в части оптимизации процессов выстраивания маркетинговых компаний и повышения эффективности продаж.

– Какие новые продукты и решения в этой сфере планируются компанией к запуску в 2017 году?

– Пока мы не говорим об этом – следите за нашими анонсами, которые обязательно будут появляться накануне старта продаж.

– Какие цели ставит перед собой компания в части развития и внедрения новых технологий на 2017–2018 годы?

– Наша цель – предоставить клиентам возможность решать свои вопросы полностью в автоматизированном режиме. Отдельное внимание будет уделено мобильным приложениям и сайту компании. Упрощенная навигация, увеличение функциональности и спектра возможностей – вот основные задачи. Серьезные доработки IT-структуры и внутренних бизнес-процессов – неотъемлемая часть нововведений в digital-сфере. В результате мы получим лояльных клиентов, которые смогут быстро застраховаться, заявить убыток и получить направление на ремонт без посещения офиса.

Основные цели – это скорость и удобство для клиента при заявлении убытков, продление договоров страхования с учетом страховой истории, упрощенные страховые продукты для онлайн-оформления, а также наращивание нестрахового контента в мобайле. Структура предложений будет строиться в зависимости от потребностей клиента, а не от базовых условий по страховым продуктам. Учитывая, что у нас и так достаточно сильная база онлайн-инфраструктуры, мы рассчитываем после нововведений занять лидерскую позицию в онлайн-среде.

**Интервью с Денисом Ивановым,
исполнительным директором компании «АДС-Софт»**

«Рынок мобильных решений для страхования сейчас только формируется»



– Какие продукты и услуги компания сегодня предлагает своим клиентам? Какие из них пользуются наибольшим спросом?

– Мы одни из немногих, кто предлагает полный комплекс систем для страхового рынка. Это система автоматизации бухгалтерского учета в соответствии с Положениями Банка России о едином плане счетов, формировании отчетности в автоматическом режиме. Страховая система для комплексного учета, покрывающая учет всех страховых операций в страховой компании со всеми необходимыми интеграционными сервисами, такими как РСА, НССО, и другими. Порталы для агентов и прямых продаж, мобильные приложения, бюджетный контроль.

В настоящий момент наибольшим спросом пользуются системы электронных продаж (портал для агентов, портал для клиентов), а также система «Управление финансами страховой организации» (бухгалтерский учет по единому плану счетов для некредитных финансовых организаций). Этому также способствуют информационные поводы ЦБ РФ и РСА.

– Опишите своего среднего клиента. Какие цели и задачи он ставит перед компанией?

– Страховая компания, не входящая в топ-10, которая ставит перед собой цели:

- получение преимуществ в борьбе за клиента или партнера;
- внедрение изменений, в том числе из-за трансформации законодательной базы;
- унификация учета.

Вопрос снижения себестоимости для клиента важен, но как вторичный фактор. К сожалению, он пока не является драйвером процесса. По нашему мнению, в ближайшем будущем данный фактор начнет приобретать все большую актуальность.

– Каково состояние конкурентной среды? Насколько активно клиенты сейчас обращаются за услугами, растет ли спрос?

– Рынок достаточно сегментирован. В разных сегментах наблюдается разный уровень конкуренции, также отличается ее характер. Для учетных систем характерно разделение на две части: решения на базе платформы 1С и решения на других платформах.

Вторая группа по цене доступна лишь для небольшого числа компаний (топ-10 и редкие исключения). Причем значимая доля таких продуктов имеет только единичные внедрения на страховом рынке России.

В первой группе мы выделяем четыре активно работающих игрока, которые охватывают практически весь рынок ниже топ-10 (за редким исключением).

В сегменте решений для электронных продаж рынок более насыщен игроками. В последние два года наблюдается значительное увеличение спроса на ИТ-системы продаж через агентские порталы и порталы прямых продаж. На данный момент одним из драйверов спроса является законодательное изменение по ОСАГО. Однако в процессе принятия решения о покупке решения для е-ОСАГО страховые компании стремятся комплексно решить задачи, которые накапливались долгое время.



Например, приобретая решение для е-ОСАГО, компания получает полноценный клиентский портал с прочими страховыми продуктами. Также достаточно часто коллеги обращают внимание на учетную систему, которая лежит в основе порталных решений.

Еще один немаловажный драйвер, помимо изменений законодательства, это борьба за клиента и партнера. Появление передовых решений у одних участников страхового рынка заставляет других внедрять такие решения, чтобы не отстать в конкурентной борьбе.

– Предлагает ли ваша компания ИТ-решения, связанные с использованием Интернета и мобильных приложений? На каких стадиях взаимодействия клиента и страховой компании они применяются? Насколько актуальны сегодня такие продукты?

– В настоящий момент мы предлагаем кросс-платформенное (Android, iPhone, Windows) мобильное решение по страховому осмотру. Данное решение не ориентировано на страхователя, однако повышает уровень сервиса страховой компании, что благоприятно сказывается и на нем.

Рынок мобильных решений для страхования сейчас только формируется. Представляется, что для клиента тема очень актуальна и не развита сейчас во многом из-за того, что страховые компании все еще решают задачу построения оптимальных учетных систем. Только после решения этой задачи удастся создать контент, который наполнит мобильное приложение информацией, интересной страхователю или посреднику.

– Предлагает ли ваша компания высокотехнологичные решения, связанные с противодействием мошенничеству? Опишите, пожалуйста, как это работает.

– Мы предлагаем систему комплексной проверки контрагентов, партнеров и объектов страхования. Эта система взаимодействует с уже функционирующими базами данных, скоринговыми системами, являясь единым окном по таким запросам и получения обратной информации.

– Какие цели ставит перед собой компания на 2017–2018 годы? Какие новые продукты и решения вы планируете предложить своим клиентам?

– По имеющимся на текущий момент продуктам, помимо расширения их функционала вширь, планируется существенно переработать модуль электронного документооборота. Если сейчас электронный документооборот присутствует в отдельных компонентах этих систем, то планируется его интеграция во все компоненты со значительным упрощением настройки схемы бизнес-процессов.

Также в 2017 году планируется закончить разработку кросс-платформенного мобильного приложения, предназначенного для страхователя, расширение функционала приложения для партнеров. В этом приложении страхователь сможет как купить страховой продукт, так и взаимодействовать со страховой компанией после покупки страховки.

– Ваши прогнозы по росту уровня автоматизации процессов в страховании и популярности новых информационных решений в отрасли в перспективе двух-трех лет?

– В последние два года наметилась явная тенденция к росту интереса страховых компаний к повышению уровня автоматизации. Текущая стагнация страхового рынка, с одной стороны, ограничивает страховые компании в возможности инвестировать в приобретение новых ИТ-систем, а с другой стороны, начинается поиск возможности по уменьшению себестоимости своей деятельности, увеличению продаж. В случае отсутствия новых негативных воздействий на страховой рынок второй фактор будет играть решающую роль, поэтому мы ожидаем повышения спроса.

Также роль в повышении интереса к страховым ИТ-решениям сыграют планы ЦБ по развитию электронных полисов ОСАГО, что отразится на электронных продажах других видов страхования.

**Интервью с Михаилом Болсуновским,
первым заместителем генерального директора компании «Совзонд»**

«Возможности геоанализа в интересах страхового бизнеса очень широки»



– Расскажите, пожалуйста, какие продукты и услуги компания сегодня предлагает своим клиентам? Какие из них пользуются наибольшим спросом?

– «Совзонд» предлагает заказчикам готовые решения на базе новой линейки программных продуктов собственной разработки серии «Геоаналитика», например облачный геоинформационный веб-сервис «Геоаналитика.Агро». Его мы создали специально для поддержки принятия решений в сельском хозяйстве. Сервис предоставляет пользователям доступ к массиву разнообразной, постоянно обновляющейся информации о состоянии сельскохозяйственной растительности, условиях произрастания и характере землепользования. Владея такой информацией, аграрии могут решать мно-

гие вопросы сельскохозяйственного мониторинга.

Одна из наших последних разработок – информационный продукт WorldEvolution, основанный на сопоставлении космических снимков всей поверхности Земли, накопленных с 1980-х годов по настоящее время. Сравнение космических снимков позволяет оценивать динамику многих процессов, идущих десятилетиями: промышленного и жилищного строительства, лесохозяйственной деятельности, освоения сельскохозяйственных земель и территорий, добычи полезных ископаемых, развития транспортной инфраструктуры. Использование WorldEvolution обеспечивает руководителей самой объективной информацией о состоянии района ответственности. При территориальном планировании наш продукт лучше статистической отчетности показывает, какие регионы развиваются, а какие являются малоперспективными.

– Опишите своего среднего клиента. Какие цели и задачи он ставит перед компанией?

– Постоянные клиенты нашей компании – это органы государственной исполнительной власти федерального и регионального уровней, ведущие российские компании нефтегазового, энергетического, телекоммуникационного, транспортного, агропромышленного, лесохозяйственного и других секторов экономики. «Совзонд» активно сотрудничает с администрациями Москвы, Санкт-Петербурга, Татарстана, Краснодарского края, Бурятии и другими по внедрению геоинформационных решений. Заказчикам сегодня нужны не сами пространственные данные, а возможность работать с ними в собственных геоинформационных системах и приложениях. В этом направлении мы и развиваем свои технологии. Для сельского хозяйства в целом и страхового сельскохозяйственного бизнеса в частности примером такого сервиса является уже упомянутая «Геоаналитика.Агро».

– Предлагает ли ваша компания продукты и решения для страховых компаний? Насколько актуальны сегодня такие продукты?

– Безусловно, предлагаем. Для страхового бизнеса необходима достоверная и объективная информация об объектах страхования и их изменении во времени, которую дают данные космической съемки и ГИС-решения. Кроме того, использование этих технологий экономически эффективно, повышает точность прогнозов и сокращает время на анализ и принятие решений. Страхование в сельском и лесном хозяйстве, нефтегазовом комплексе, экологии опирается в первую очередь на понимание фактического состояния территории и объектов как при заключении страхового договора, так и при возникновении страховых случаев.



Современные методы геоинформационного анализа позволяют проводить независимую оценку ущерба на объектах страхования, определять фактически выполненные объемы работ и состояние объекта на конкретный момент времени. Владеть этой информацией страховщикам необходимо при урегулировании спорных вопросов по пространственным объектам страхования. Возможности геоанализа особенно востребованы в агростраховании. Они решают следующие основные задачи: определение фактической посевной площади агропредприятий, анализ состава и состояния посевов на момент заключения страхового договора, определение состояния посевов и оценка фактического ущерба в случае неблагоприятных природных явлений и так далее.

– Каково в этом сегменте состояние конкурентной среды? Насколько активно клиенты сейчас обращаются за услугами, растет ли спрос?

– В сегменте ГИС-решений для агрострахования предлагается несколько продуктов, но веб-сервис «Геоаналитика.Агро» имеет ряд преимуществ. В нем реализована возможность автоматизированного импорта и предварительной обработки пространственных данных, автоматизированного импорта и анализа метеорологических данных, автоматизированной тематической обработки пространственных данных (оценка первичной продуктивности, биомассы, интенсивности фотосинтеза и влагосодержания растений), использование методов геоинформационного моделирования и машинного обучения. На сегодняшний день сервисом «Геоаналитика.Агро» воспользовались более 200 предприятий. В большинстве случаев пользователям с успехом удалось решить конкретные задачи с помощью базового функционала нашего сервиса.

– Какие цели ставит перед собой компания на 2017–2018 годы? Какие новые продукты и решения вы планируете предложить своим клиентам?

– Громадный поток пространственных данных требует поиска новых способов работы с ними. Поэтому вектор нашего развития на ближайшие пару лет можно назвать «данные как сервис». Мы и дальше будем комплексно использовать технологии космической съемки, тепловизионной съемки, аэрофотосъемки, в том числе с беспилотников, лазерного сканирования и разрабатывать геоинформационные системы. Продолжим работу над созданием сервисов, способных решать многие проблемы, возникающие при хранении, обработке и использовании Big Data.

– Ваши прогнозы относительно популяризации предлагаемых компанией услуг в страховании в перспективе двух-трех лет?

– В ближайшей перспективе страховые компании должны оценить информативность и доступность данных аэрокосмической съемки. Их пространственное разрешение и изобразительные качества становятся только лучше, частота получения данных возрастает, а это именно то, что нужно страховщикам. Компании страховой сферы должны оценить удобство работы со специализированными веб-сервисами, которые могут автоматически анализировать пространственные данные и предоставлять информацию в понятном виде. Помимо всего перечисленного, будут развиваться приложения, позволяющие интегрировать пространственные данные с другими важными источниками информации из разных отраслей: сведения метеонаблюдений, сведения о транспортном парке и расходе топлива, данные об урожайности, валовом сборе, расходе удобрений, бухгалтерского учета и другие.