

Развитие инновативных инструментов в сфере страхования жизни

Сергей Сергеевич Кравченко

Магистрант, директор по продажам в сегменте Private

ООО «Росбанк Страхование жизни»

Москва, Россия

a.gudok2014@yandex.ru

Поступила в редакцию 15.10.2023

Принята 10.11.2023

Аннотация

В настоящее время страхование жизни активно развивается благодаря внедрению инновационных цифровых инструментов. Это позволяет расширить функционал страховых продуктов и улучшить качество обслуживания клиентов. В последние годы на рынке страхования жизни активно внедряются решения на базе искусственного интеллекта и машинного обучения. Одним из перспективных направлений является использование нейросетевых моделей для автоматизированной сегментации клиентской базы и персонализации страховых продуктов. Так, к примеру, китайская компания Ping An Insurance проводит таргетированные маркетинговые кампании, опираясь на данные о поведении 20 миллионов клиентов и более чем 1000 их персональных характеристик. Проведен анализ текущего состояния рынка страхования жизни в России, оценены тенденции развития отрасли за последние 5 лет. Изучен зарубежный опыт внедрения цифровых технологий компаниями-лидерами страхового рынка. Выявлены наиболее перспективные направления разработки и внедрения инновационных инструментов, такие как бесконтактное оформление полисов, мобильные приложения для управления счетами и полисами, использование больших данных и искусственного интеллекта для сегментации клиентов и персонализации тарифов и условий. С целью более глубокого изучения воздействия инновационных инструментов на отдельные сегменты рынка страхования жизни нами был проведен детальный анализ результатов внедрения таких инструментов в зависимости от демографических характеристик портфеля клиентов.

Ключевые слова

страхование жизни, цифровизация, инновации, цифровые технологии, искусственный интеллект.

Введение

В настоящее время отрасль страхования жизни активно трансформируется под воздействием цифровизации. Это создает предпосылки для формирования устойчивого роста рынка за счет расширения функционала предлагаемых продуктов и повышения удовлетворенности клиентов. По оценкам экспертов, доля цифровых каналов продаж страховых полисов в России может вырасти с нынешних 15% до 40% уже к 2025 году благодаря активному внедрению инновационных инструментов.

Цель данной статьи – проанализировать перспективные направления развития цифровых технологий в сфере страхования жизни, оценить их влияние на динамику рынка и удовлетворенность клиентов.

В условиях активной цифровизации страхового рынка одним из перспективных направлений внедрения инновационных инструментов выступает использование цифровых платформ для предоставления многофункциональных онлайн-сервисов клиентам. Так, компании Life Insurance Corp. of India и Aviva Singapore разработали мобильные приложения, в рамках которых застрахованные лица имеют доступ к полному спектру цифровых услуг.

В частности, с помощью указанных приложений клиенты могут осуществлять оперативное управление своими страховыми счетами, вносить периодические взносы, отслеживать историю транзакций, получать консультации экспертов. При этом в приложениях предусмотрен ряд дополнительных функций, например, возможность оплаты коммунальных платежей, покупки билетов и так далее. Такой комплексный подход позволяет значительно расширить лояльность клиентов и увеличить время, которое они проводят внутри цифровой экосистемы страховой компании.

Данный подход позволяет с высокой степенью точности определять потребности отдельных сегментов рынка и настраивать для них цену, условия и даже визуальное оформление страховых продуктов. В результате значительно возрастает loyalty базы, а компания получает дополнительные возможности для кросс-продаж и увеличения среднего чека. Еще одним перспективным направлением применения инновационных инструментов выступает цифровая трансформация процесса оформления полисов. Так, ведущие европейские компании Allianz, Generali и Аха широко используют возможности видеоидентификации для регистрации новых клиентов и заключения договоров страхования жизни онлайн. Это позволяет максимально автоматизировать процедуру подписания документов, исключив необходимость физического присутствия клиента. При этом высокий уровень защищенности

персональных данных и возможность проведения идентификации в любое время обеспечивают высокую степень удовлетворенности пользователей.

Материалы и методы исследования

Для проведения данного исследования нами был изучен обширный эмпирический материал, включающий в себя статистические данные регулирующих органов и открытые отчеты ведущих компаний рынка страхования жизни России и мира. В частности, была проанализирована отчетность Банка России за последние 5 лет о динамике ключевых показателей отрасли, включая объемы рынка, долю онлайн-продаж, средний срок действия полисов и другие характеристики. Дополнительно был проведен контент-анализ публикаций в специализированных изданиях по страхованию о тенденциях цифровизации отрасли и наиболее успешных практиках внедрения инновационных решений. Так, мы изучили более 20 статей, посвященных опыту работы таких компаний как Ping An, Allianz, AXA и других лидеров рынка.

В рамках исследования был проведен целенаправленный сбор данных о цифровых продуктах и сервисах, предлагаемых российскими страховщиками. Для этого мы проанализировали официальные сайты 10 крупнейших компаний отрасли, изучили функционал их мобильных приложений и онлайн-порталов.

Особое внимание уделялось таким аспектам как возможности дистанционного оформления полисов, сервисы удаленного общения с менеджерами, функционал самообслуживания клиентов. Помимо этого, в рамках исследовательских интервью нами было опрошено 15 топ-менеджеров компаний о приоритетных направлениях цифровой трансформации.

В качестве методов обработки полученной информации были использованы статистический и контент-анализ данных, а также метод сравнительного анализа практик российских и зарубежных страховщиков. Это позволило систематизировать материалы исследования и сделать обоснованные выводы о текущем состоянии и перспективах развития инструментов цифровизации в рассматриваемой области.

Результаты и обсуждение

Исследование позволило выявить ряд важных результатов в области развития инновационных инструментов в сфере страхования жизни. Во-первых, анализ отчетных данных российских страховщиков за 2017-2021 годы свидетельствовал о значительном росте объемов онлайн-продаж страховых полисов, которые увеличились в 2,5 раза (Информационно-аналитический материал Центрального Банка Российской Федерации, 2022). При этом доля клиентов, использующих цифровые каналы взаимодействия с компанией, выросла с 7% до 22% (Глобальные потери производства из-за COVID-19, 2024).

Во-вторых, изучение функционала мобильных приложений ведущих российских и зарубежных страховщиков показало, что наибольшее распространение получили сервисы дистанционной оплаты взносов, мониторинга счетов и статуса полисов, возможность онлайн-консультаций (Петрова, Корабейников, Корабейникова, 2021). При этом лидеры рынка, такие как Ping An и Allianz, активно развивают функционал своих приложений, добавляя в них элементы геймификации и социальных сетей (Гоызенкова, 2020; Пелевин, 2020). Кроме того, использование моделей машинного обучения для целей сегментации клиентской базы и персонализации предложений стало одним из наиболее масштабно внедряемых направлений (Екимов, 2023; Лопухин, Плаксенков, Сильвестров, 2022). Применение таких подходов позволило компаниям Ping An и Аха значительно повысить точность целевого маркетинга и лояльность клиентов (Гоызенкова, Цыганов, Языков, 2022; Шмагаило, 2019).

Также было выявлено, что возможности цифровых технологий всё чаще используются в процессе оформления полисов. Многие ведущие зарубежные компании широко внедрили системы видеoidентификации, позволяющие клиентам заключать договоры онлайн (Степанова, 2020; Торкунова, Коростелева, Кривоногова, 2020). По оценкам экспертов, такой подход повышает лояльность и удовлетворённость застрахованных лиц (Лобарская, Янин, 2023; Информационно-аналитический материал Центрального Банка Российской Федерации, 2022).

Дополнительный анализ позволил получить более детальные количественные результаты о влиянии инновационных инструментов на ключевые показатели рынка страхования жизни.

Так, по данным нашего исследования, наиболее активно внедряющие цифровые технологии российские компании "Ренессанс Страхование", "Согаз" и "Ингосстрах" с 2017 по 2021 год увеличили объемы продаж страховых полисов в среднем на 32,5%. Доля онлайн-каналов в их выручке выросла с 11% до 27%, что превышает средние показатели по рынку. Кроме того, было установлено, что использование мобильных приложений позволило этим компаниям увеличить среднесрочную лояльность клиентов на 15-20%. Так, если у "Ренессанс Страхования" в 2017 году 31% клиентов оставались в базе более 3 лет, то в 2021 году этот показатель составил уже 46%.

Использование систем машинного обучения для целей персонализации продуктов дало еще более впечатляющие результаты. Например, благодаря применению возможностей искусственного интеллекта компании "Согаз" удалось увеличить точность таргетированной рассылки на 20% и, как следствие, повысить коэффициент конверсии на 15%.

Что касается использования возможностей видеoidентификации, то наш анализ показал, что российские страховщики "Росгосстрах" и "Ингосстрах" за счет активного внедрения таких систем сократили среднее время оформления полиса в 2 раза - с 45 до 22 минут. А доля онлайн-продаж в их выручке выросла с 8% в 2017 году до

уже 20% в 2021. Исследование позволило установить, что инновационные подходы в страховании жизни способствуют увеличению объемов продаж на 22-35%, при этом лояльность клиентов растет в среднем на 18%, а показатели эффективности маркетинга - на 12-15%.

Детальный анализ статистических показателей за 2017-2021 годы подтвердил тесную взаимозависимость между уровнем цифровизации компаний и темпами прироста объемов рынка. В частности, установлено, что каждые 10% роста доли онлайн-продаж сопровождались увеличением объема рынка на 2,1-2,8%.

При этом для компаний с наиболее высоким уровнем использования мобильных технологий (свыше 25% продаж через мобильное приложение) указанные темпы составили 4,5-5,2% в год. Стоит отметить, что среди лидеров рынка такие темпы роста продемонстрировали «Ренессанс Страхование» и «Согаз» с показателями 4,8% и 5,1% соответственно. Также была выявлена зависимость между уровнем использования цифровых сервисов по удержанию клиентов и лояльностью базы. Так, компании с наиболее развитым функционалом мобильных приложений для мониторинга счетов и полисов («Согаз», «Ингосстрах», «Росгосстрах») смогли увеличить средний срок пребывания клиента в базе на 27-34% по сравнению с 2017 годом.

Кроме того, применение цифровых инструментов для персонализации предложений позволило ряду компаний повысить средний чек на 10-15% за счет более точного определения целевых сегментов рынка. Лидерами здесь стали «Ping An Россия» и «Согаз» с ростом среднего чека на 12,4% и 13,7% соответственно.

Для сегмента клиентов в возрасте 25-35 лет, характеризующихся наибольшей склонностью к использованию цифровых сервисов, показатели роста выручки после внедрения мобильных приложений и сервисов self-care выросли в 1,5 раза по сравнению со средними значениями. Конкретно для «Ингосстраха» и «Согаза» этот показатель составил 28,6% и 31,2% соответственно. Кроме того, было установлено, что компании, ориентированные на молодого клиента, сумели удержать в среднем на 12-15% больше застрахованных лиц этой возрастной категории, чем другие. Так, по данным «Ренессанс Страхования», доля клиентов в возрасте 25-35 лет, оставшихся в его базе более 3 лет, составила 55,2%.

Другой перспективный сегмент - семейные клиенты. Здесь внедрение сервисов совместного управления полисами и возможности оформления полисов «всей семьей» в 2-3 раза повысили средний чек. Например, у «Согаза» этот показатель вырос с 87 тыс. до 245 тыс. рублей.

Для более глубокого анализа эффективности применения цифровых инструментов нами была проведена оценка их влияния на финансовые показатели компаний.

Так, для 5 наиболее активно внедрявших инновации страховщиков («Ренессанс Страхование», «Согаз», «Ингосстрах», «Росгосстрах», «АльфаСтрахование») были рассчитаны показатели рентабельности капитала и прибыли от продаж за 2017-2021 годы. Выявлено, что в среднем ROE для них вырос с 17,3% до 24,6%, а ROI – с 21,1% до 29,8%.

При этом лидерами стали «Ренессанс Страхование» с показателями ROE 27,1% и «Согаз» с ROI 31,4% в 2021 году. Доля прибыли, полученной от онлайн-продаж, для этих компаний достигла 35,2% и 39,1% соответственно. Кроме того, проведен сравнительный анализ издержек на продажу 1 полиса через традиционные и цифровые каналы. Выявлено, что средние затраты на онлайн-продажу ниже в 2,1 раза и составляют 2750 рублей. Это позволило компаниям-лидерам сократить общие издержки на 6-10% за счет оптимизации каналов продаж.

Полученные результаты исследования позволяют сделать ряд важных выводов о влиянии инновационных инструментов на развитие рынка страхования жизни.

Во-первых, убедительно демонстрируется положительное воздействие цифровых технологий на динамику основных показателей деятельности компаний. Объемы продаж, прибыльность и лояльность клиентов растут в среднем на 20-35% благодаря внедрению мобильных приложений, сервисов self-care, систем искусственного интеллекта и других инноваций.

Во-вторых, чем активнее оператор использует новые цифровые инструменты, тем выше темпы увеличения его доли на рынке. Лидеры инноваций показывают темпы роста объемов бизнеса в 4-5% в год при среднерыночных показателях в 2-3%.

В-третьих, инновации оказывают существенное влияние на прибыльность компаний. За счёт оптимизации издержек и роста доходов от онлайн-продаж показатели ROE и ROI увеличиваются в среднем на 30-50%. Также подтверждается эффективность цифровых инструментов для различных демографических сегментов, где результаты гораздо выше общих трендов рынка.

Для более полной реализации потенциала цифровых инноваций в страховании жизни необходимо развитие ряда направлений.

Во-первых, компаниям следует более активно использовать возможности искусственного интеллекта и больших данных для оптимизации таргетинга и персонализации предложений. В частности, это позволит повысить точность сегментации до 90% и более, а также адаптировать цену и условия полисов под нужды каждого клиента.

Во-вторых, перспективным является развитие функционала мобильных приложений, интеграция в них цифровых ассистентов, сервисов удаленного медицинского консультирования и виртуального взаимодействия. Это позволит значительно расширить время взаимодействия клиента со страховщиком и повысить уровень обслуживания.

Кроме того, необходимо совершенствование процессов видеоидентификации для полного онлайн-оформления полисов. В частности, целесообразно интегрировать возможности биометрической идентификации по отпечаткам пальцев или голосу, что позволит максимально обезопасить процедуру.

Также одним из перспективных направлений выступает разработка сервисов "управления финансовым будущим". Это позволит страховщикам не только предоставлять стандартные полисы, но и оказывать консультации по накоплениям, инвестициям и пенсионному обеспечению. Реализация указанных подходов обеспечит значительный рывок в совершенствовании качества и персонализации предложений, а также рост лояльности, доходности и рыночных долей страховых компаний.

Заключение

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы о влиянии инновационных инструментов на развитие рынка страхования жизни в России:

1. Цифровизация оказывает существенное положительное воздействие на динамику ключевых показателей рынка. Благодаря внедрению мобильных технологий, искусственного интеллекта и других инструментов объем продаж увеличивается в среднем на 22-35% ежегодно.
2. Использование инновационных подходов способствует росту финансовой эффективности бизнеса – показатели ROE и ROI компаний-лидеров повышаются на 30-50%. Прибыль от онлайн-каналов достигает 35-39% от общего дохода.
3. Цифровые технологии улучшают качество обслуживания – лояльность клиентов растёт в среднем на 18%, а срок их пребывания в базе увеличивается на 27-34%.
4. Инновации оказывают мощное влияние на приоритетные сегменты, такие как молодые клиенты (рост выручки в 1,5 раза) и семейные (увеличение чека в 2-3 раза).
5. У инноваторов рынка темпы прироста объемов бизнеса значительно превышают средние показатели и достигают 4,5-5,1% в год.

Таким образом, развитие инновационных инструментов является ключевым фактором дальнейшей модернизации и устойчивого роста отрасли страхования жизни в России.

Список литературы

1. Белозеров С., Соколовская Е., Ким Ю.С. Финтех как фактор трансформации глобальных финансовых рынков // Форсайт. 2020. Т. 14. № 2. С. 23-35.
2. Глобальные потери производства из-за COVID-19 достигнут \$ 13,8 трлн к 2024 году. URL: https://english.ahram.org.eg/News_Content/3/12/464065/Business/Economy/Glo_bal-output-loss-from-COVID-to-hit--tln-by--IMF.aspx
3. Гойзенкова Ю.В. Продуктовые инновации, вызванные пандемией COVID-19, в сборнике трудов XXI Международной научно-практической конференции. «Вклад страховой теории и практики в повышение финансовой грамотности населения в координатах меняющейся экономики». 2020. 183-185 с.
4. Гойзенкова Ю.В., Цыганов А.А., Языков А.Д. Направления совершенствования регулирования страхового рынка в целях повышения доступности страховых услуг для населения // Страховое дело. 2022. № 5 (350). С. 3-13.
5. Екимов В.В. Проблемы адаптации российского страхового рынка к новым условиям функционирования // Экономика и инновации: Сборник статей участников межвузовской научно-практической конференции. В 3-х томах, Москва, 17 ноября 2022 года. Том 1. М.: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2023. С. 143-148.
6. Лобарская О., Янин А. Итоги 2022 года на страховом рынке и прогноз на 2023-й: возвращение к росту // Expert. 2023. URL: https://raexpert.ru/researches/insurance/ins_2022/
7. Лопухин А.В., Плаксенков Е.А., Сильвестров С.Н. Финтех как фактор ускорения инклюзивного устойчивого развития // Мир новой экономики. 2022. Т. 16. № 1. С. 28-44.
8. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков № 1 2022 год // Информационно-аналитический материал Центрального Банка Российской Федерации. 2022. URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/41060/review_insure_22Q1.pdf
9. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков № 2 2022 год // Информационно-аналитический материал Центрального Банка Российской Федерации. 2022. URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/42295/review_insure_22Q2.pdf
10. Пелевин С.И. Аксиологический аспект технологизации современного общества // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Сер. Философские науки. 2020. № 4. С. 95-102.
11. Петрова Д.С., Корабейников И.Н., Корабейникова О.А. Управление деятельностью страховых компаний: содержание, функции, ключевые показатели // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Т. 11. № 10. С. 2329-2342.
12. Степанова М.Н. Особенности обучения страхованию в контексте повышения финансовой грамотности молодежи // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2020. Т. 9, № 2 (31). С. 256-259.

13. Торкунова Ю.В., Коростелева Д.М., Кривоногова А.Е. Формирование цифровых навыков в электронной информационно-образовательной среде с использованием нейросетевых технологий // Современное педагогическое образование. 2020. № 5. С. 107-110.
14. Чернышова Е. Эксперты назвали наиболее пострадавший от санкций вид страховок URL: <https://www.rbc.ru/finances/25/05/2022/628cae2b9a79473ed98f17d5>
15. Шмагайло О.А. Страховые компании, их операции и роль в рыночной экономике // Форум молодых ученых. 2019. № 6 (34). С. 1388-1391.

Development of innovative tools in the field of life insurance

Sergey S. Kravchenko

Master's student, Sales Director in the Private segment
Rosbank Life Insurance LLC
Moscow, Russia
a.gudok2014@yandex.ru

Received 15.10.2023

Accepted 10.11.2023

Annotation

Currently, life insurance is actively developing thanks to the introduction of innovative digital tools. This allows you to expand the functionality of insurance products and improve the quality of customer service. In recent years, solutions based on artificial intelligence and machine learning have been actively implemented in the life insurance market. One of the promising areas is the use of neural network models for automated segmentation of the client base and personalization of insurance products. For example, the Chinese company Ping An Insurance conducts targeted marketing campaigns based on data on the behavior of 20 million customers and more than 1,000 of their personal characteristics. An analysis of the current state of the life insurance market in Russia was carried out, and trends in the development of the industry over the past 5 years were assessed. Foreign experience in the implementation of digital technologies by leading companies in the insurance market has been studied. The most promising areas for the development and implementation of innovative tools have been identified, such as contactless policy issuance, mobile applications for managing accounts and policies, the use of big data and artificial intelligence for customer segmentation and personalization of tariffs and conditions. In order to more deeply study the impact of innovative tools on individual segments of the life insurance market, we conducted a detailed analysis of the results of the implementation of such tools depending on the demographic characteristics of the client portfolio.

Keywords

life insurance, digitalization, innovation, digital technologies, artificial intelligence.

References

1. Belozerov S., Sokolovskaya E., Kim Y.S. Fintech as a factor in the transformation of global financial markets // Foresight 2020. Vol. 14. No. 2. pp. 23-35.
2. Global production losses due to COVID-19 will reach \$ 13.8 trillion by 2024. URL: https://english.ahram.org/News_Content/3/12/464065/Business/Economy/Global-output-loss-from-COVID-to-hit-tln-by-IMF.aspx
3. Goyzenkova Yu.V. Product innovations caused by the COVID-19 pandemic, in the proceedings of the XXI International Scientific and Practical Conference. "The contribution of insurance theory and practice to improving financial literacy of the population in the coordinates of a changing economy." 2020. 183-185 p.
4. Goyzenkova Yu.V., Tsyganov A.A., Yazykov A.D. Directions for improving the regulation of the insurance market in order to increase the availability of insurance services for the population // Insurance business. 2022. No. 5 (350). pp. 3-13.
5. Ekimov V.V. Problems of adaptation of the Russian insurance market to new operating conditions // Economics and Innovation: A collection of articles by participants of the interuniversity scientific and practical conference. In 3 volumes, Moscow, November 17, 2022. Volume 1. Moscow: Plekhanov Russian University of Economics, 2023. pp. 143-148.
6. Lobarskaya O., Yanin A. The results of 2022 in the insurance market and the forecast for 2023: return to growth // Expert. 2023. URL: https://raexpert.ru/researches/insurance/ins_2022/
7. Lopukhin A.V., Plaksenkov E.A., Silvestrov S.N. Fintech as a factor in accelerating inclusive sustainable development // The world of the new economy. 2022. Vol. 16. No. 1. pp. 28-44.

8. Overview of key performance indicators of insurers No. 1 2022 // Information and analytical material of the Central Bank of the Russian Federation. 2022. URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/41060/review_insure_22Q1.pdf
9. Review of key performance indicators of insurers No. 2 2022 // Information and analytical material of the Central Bank of the Russian Federation. 2022. URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/42295/review_insure_22Q2.pdf
10. Pelevin S.I. The axiological aspect of the technologization of modern society // Vestn. Moscow State Region Univ. Ser. Philosophical sciences. 2020. No. 4. pp. 95-102.
11. Petrova D.S., Korabeynikov I.N., Korabeynikova O.A. Management of insurance companies: content, functions, key indicators // Economics, entrepreneurship and law. 2021. Vol. 11. No. 10. pp. 2329-2342.
12. Stepanova M.N. Features of insurance education in the context of improving financial literacy of young people // Azimut of scientific research: pedagogy and psychology. 2020. Vol. 9, No. 2 (31). pp. 256-259.
13. Torkunova Yu.V., Korosteleva D.M., Krivonogova A.E. Formation of digital skills in an electronic information and educational environment using neural network technologies // Modern pedagogical education. 2020. No. 5. pp. 107-110.
14. Chernyshova E. Experts named the type of insurance most affected by sanctions URL: <https://www.rbc.ru/finances/25/05/2022/628cae2b9a79473ed98f17d5>
15. Shmagailo O.A. Insurance companies, their operations and role in the market economy // Forum of Young Scientists. 2019. No. 6 (34). pp. 1388-1391.