

До окончательного завершения данной сделки, которое запланировано на первую половину 2008 г., каждая из компаний будет продолжать работать независимо. Финансовые условия сделки не разглашаются.

SAS ВЫХОДИТ НА РОССИЙСКИЙ СТРАХОВОЙ РЫНОК

Компания SAS, поставщик программного обеспечения и услуг для бизнес-аналитики, объявила о начале активной работы на российском рынке страхования и о своих планах на ближайшие годы. Этому был посвящен первый в России специализированный семинар «Прогнозная аналитика в страховании: от тарификации до индивидуальных отношений с клиентами в автостраховании. Тенденции, подходы и инструменты», состоявшийся 20 мая 2008 г.



Юлий Гольдберг

«Сегодня мы только начинаем продвижение аналитических приложений SAS для страховой отрасли на российский рынок, но рассчитываем через 2–3 года занять здесь лидирующие позиции, — поделился планами компании Юлий Гольдберг, директор по работе с финансовым сектором SAS Россия/СНГ.

Клиентами SAS среди лидирующих страховых групп являются такие лидеры рынка, как Allianz, AXA, ING, Royal & Sun Alliance, Winterthur, Swiss Re, Zurich и многие другие. При этом в мире среди

клиентов SAS насчитывается более 2000 банков и более 1000 страховых компаний.

Многие ведущие российские банки также имеют опыт использования технологий SAS в области управления рисками и аналитического CRM. Однако на отечественный рынок страховых услуг компания выходит впервые.

Слушатели семинара были ознакомлены с опытом клиентов SAS в Великобритании и США по внедрению инновационных продуктов автострахования, а также с применением аналитических моделей для решения важнейших бизнес-задач клиентов: для разработки новых продуктов, проведения целевых маркетинговых кампаний, эффективной работы со страховыми агентствами и брокерами, при тарификация страховых продуктов и андеррайтинге, для расчета страховых резервов и противодействия страховому мошенничеству.

Центральным стало выступление Субраманьяма Мунагала, старшего консультанта SAS, — оно было посвящено принципам и роли тарификации в управлении страховой компании, достижению прибыльности за счет точной оценки страховых рисков. Была проведена демонстрация решения SAS Ratemaking for Insurance — продукта, предназначенного для оценки и формирования оптимальной структуры тарифов, что позволяет привлекать выгодных клиентов и обеспечивать выгодное и прибыльное положение компании на высококонкурентном рынке.

ИТ-НАСЫЩЕНИЕ

В 2007 г. затраты страхового рынка Японии на ИТ составили 5,4 млрд. долл. Об этом сообщил старший вице-президент группы исследований по Азии исследовательской компании Celent Нейл Катков на конференции «Script 'n' Sure Summit-2008. Информационные технологии для страхового рынка», организованной компанией «Русский полис — Информационная группа».

По прогнозам аналитиков Celent, в ближайшие годы ожидается незначительный рост этого показателя. Так, например, в 2009 г. он составит 5,6 млрд. долл. Доля затрат на ИТ в сегменте страхования не-жизни составляет всего лишь 2,4% премии, страховщики жизни тратят на эти цели и того меньше — около 1%. Затраты на аппаратное и программное обеспечение составляют около 55% всех затрат на ИТ.

Для сравнения: по данным Celent, китайские страховщики тратили на ИТ в 2005 г. 3,5% от премии, а к 2009 г. эта доля увеличится до 5%. А в Индии этот показатель в настоящее время находится между 5 и 6%.

По словам докладчика, в период с 2000 по 2007 г. объем совокупной премии страхового рынка Японии непрерывно сокращался. В частности, если в 2000 г. данный показатель составлял около 350 млрд. долл., то в 2007 г. — примерно 310 млрд. долл. К 2009 г. прогнозируется дальнейшее снижение объема совокупной премии японских страховщиков до величины порядка 300 млрд. долл.

Динамика ИТ-расходов страховой отрасли Японии в 2006–2010 гг.

