

Ст. н. с. Димитър Шишков специално за в. „Застраховател прес“

# ЗАСТРАХОВАТЕЛНАТА ИНФОРМАТИКА НА ДЕСЕТ ГОДИНИ СЛЕД БАНКОВАТА



**Н**а такава предизвикателна тема бе проведена пленарната сесия на състоялата се неотдавна във Варшава конференция, посветена на използването на информационните технологии в застраховането.

Тя бе третата работна среща от този род на представители на застрахователни дружества, доставчици на изчислителна техника и разработчици на информационни технологии, събрали се да обсъждат тяхната нарастваща роля в развитието на застрахователния сектор.

Тематиката на конференцията включваше изключително широк кръг проблеми и въпроси, касаещи застраховането. Тя бе открита от Витолд Яворски от **PZU S. A.** - най-голямата полска застрахователна компания - с анализ на състоянието на застрахователния пазар в страната и на възможностите за негово развитие.

Фирмата **ACCENTURE** изложи своите възгледи за бъдещето на информационното осигуряване на работата на застрахователния агент. Предложи също продукт, ориентиран към ликвидацията на щетите, във вид на модел, водещ до изводи, благоприятни както за застрахователя, така и за неговите клиенти. Актуалното понастоящем съпоставяне между т. нар. виртуални начини за продажба на застраховки и традиционната практика бе темата на сътрудниците на дру-

га фирма - **SOLLERS**. Те разгледаха основните два модела, прилагани на европейския пазар: британският, при който продажбите чрез интернет и чрез call center са станали много популярни и заемат съществен дял от пазара, и немският, където доминира традиционната

продажба. На тази основа се разви дискусия в каква насока може да се очаква развитието на полския пазар.

Алгоритми, основани на прилагането на съвременни технологии, предназначени да намалят нежеланите за страните последствия при погрешно сключени застраховки, пък представи фирмата **TOPCALL**. Оригинални продукти за обслужване на back-office и продажби на застраховки предложиха сът-

рудници на фирмата **SOFTWARE AG**.

Голям интерес предизвика докладът на представителя на **KNUIFE** Ярослав Богушински относно проекта **SLOVENCY II**, поставил си задача да обхване всички главни аспекти на застрахователната дейност. Но тъй като авторският екип **CEIOPS** продължава да доработва и усъвършенства проекта, е още трудно да се прецени какъв ще бъде реалният ефект от неговото прилагане в бъ-

**Н**яма никакво съмнение, че ролята на информатиката в застраховането ще нараства. Обхватът на нейното прилагане безусловно се определя от ръководствата на застрахователните компании съобразно възприетата от тях стратегия за развитие и избраните модели на пазарна дейност. Несъмнено конференции като така проведената могат да ги подпомогнат при вземане на по-рационални решения, между другото благодарение на достъпа до широк кръг от знания и възможностите за дискусия по интересувашите ги теми. Съществена също е и възможността за неформални контакти и обмяна на опит между участниците в подобни форуми. От такава гледна точка у мнозина бързо учудване фактът, че броят на участници-

те в конференцията беше едва от порядъка на 40-ина експерти, най-активната половина от които бяха от продаващи фирми - активни разработчици и доставчици на информационни технологии.

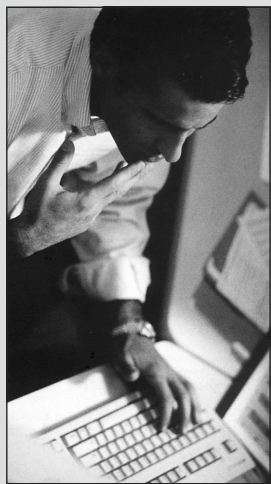
Силно впечатление направи и липсата на изразено желание сред застрахователите да споделят собствените си постижения в дадената област, особено в сравнение с предишната конференция, където имаха значително място. Обяснението, че е заради пазене на авторските права и достъпа до информацията за създадените и използваните решения от шпиони на конкуренцията, очевидно е твърде елементарно.

На конференцията обаче стана пределно ясно, че именно на представителите на застрахователите е най-много нужен подобен форум за обмяна на опит. И не само защото е тема на тяхното бъдещо развитие, но и на актуалната им практика. И че затварянето в собствената черупка и самовлюбеното правене на информатика на самодейни начала при ширещата се специализация и глобализация са анахронизъм. Стана дума и за това, че е крайно време въпросната проблематика да стане постоянно работно направление на Държавния институт по застраховане.

дещата дейност на застрахователите.

Несъмнено своеобразен емоционален връх на конференцията се оказа панелната дискусия, проведена към края на втория й ден, на тема „Информатиката в застраховането 10 години след банковата - как да наваксаме изоставането?“. Очевидно тя засегна много чувствителна струна - необосновано високото самочувствие на представителите дори на най-успешно стоящите на пазара застрахователни компании.

По време на конференцията не липсваха съобщения и по въпроси на outsourcing. Беше обърнато внимание преди всичко на правните аспекти, свързани с него, и на въпросите за защита на данните. Примерно решение (workflow) при администрирането на документите и работата в застрахователната фирма представи водещ специалист от фирмата **ALTAR**. А в самия край на конференцията фирмата **SOLLERS** демонстрира модел за симулация на застрахователни продукти.



## МЕЖДУНАРОДЕН АВТОМОБИЛЕН САЛОН - СОФИЯ 2006



**З**а 16-и път той бе открит на 9 юни в „Интер Експо Център“ в София със слово на **Стоян Желев**, новия председател на УС на Съюза на вносителите на автомобили в България, и продължи до 18 юни. И този път организатор бе Съюзът на вносителите на автомобили в България (СВАБ), а съорганизатори - „Експо Тим“ ООД и Агенция „Булгарреклама“. Традиционното автомобилно изложение имаше ново измерение - за първи път автосалонът бе посветен на индустриалните превозни средства (автомобилите за работа) и всичко, свързано с тях. Повече от 112 фирми, вносителите на лекотоварни и тежкотоварни автомобили, автобуси, прикачна техника, строителни и комунални машини, оборудване, гуми, масла, авточасти, аксесоари, както и финансови, застрахователни и лизингови компании представиха на широката публика своите продукти и услуги.

В дните на изложението интересът към изложените автомобили бе изключителен и много от представените от участващите фирми бяха закупени независимо от това, че непрекъснато расте броят на внасяните нови автомобили в България, което се вижда от публикуваните таблици.

„ЗАСТРАХОВАТЕЛ ПРЕС“

### Продадени нови автомобили в България за периода 01.01. - 31.05.06

МАРКА	ВНОСИТЕЛ	мини	A	B	C	D	E	F/G	H	SV	MV	MPV	SUV1	SUV2	ОБЩО	In %
ALFA ROMEO	МИЛАНО МОТОРС	0	0	0	7	28	1	0	0	0	0	0	0	0	36	0,23%
AUDI	ПОРШЕ БГ	0	0	0	26	32	34	8	0	0	0	0	0	10	110	0,71%
BMW	КАМОР АУТО	0	0	0	21	40	26	12	4	0	0	0	45	31	179	1,16%
CITROEN	АВТОМОТОР КОРПОРАЦИЯ	0	0	212	249	39	1	0	0	405	118	78	0	0	1102	7,16%
CHEVROLET	Булвария, Каргоекспрес, София Ауро, Бояна Ауро, Сервис Стефанов, Бова	0	84	383	97	0	0	0	0	0	0	0	0	0	564	3,66%
CHRYSLER	БАЛКАН СТАР	0	0	0	0	9	23	0	0	0	0	6	0	0	38	0,25%
DACIA	РЕНО НИСАН БЪЛГАРИЯ	0	0	674	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	674	4,38%
DAIHATSU	АВТОТРАНССЕРВИЗ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	0	14	0,09%
FIAT	АУТО ИТАЛИЯ	0	40	61	20	3	0	0	0	152	78	1	0	0	355	2,31%
FORD	МОТО ПФОЕ	0	0	365	194	100	0	1	568	445	3	0	4	0	1680	10,91%
GAZ	АНТАРИС ТРЕЙД СЕРВИЗ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23	0	0	0	23	0,15%
HONDA	БУЛТРАКО	0	0	13	12	33	0	0	0	0	0	6	39	0	103	0,67%
JAGUAR	МОТО ПФОЕ	0	0	0	0	5	1	5	0	0	0	0	0	0	11	0,07%
JEEP	БАЛКАН СТАР	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	10	14	0,09%
KIA	КИА МОТОРС БЪЛГАРИЯ	0	33	27	40	38	1	0	0	0	172	2	34	38	385	2,50%
LADA	НАР	0	0	0	8	0	0	0	0	0	0	0	342	0	350	2,27%
LANCIA	АУТО ИТАЛИЯ	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	5	0,03%
LAND ROVER	МОТО ПФОЕ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	43	60	0,39%
LEXUS	Т М АУТО	0	0	0	0	7	3	0	0	2	0	0	0	9	21	0,14%
MAZDA	СТАР МОТОРС	0	0	9	73	89	0	1	5	0	54	0	0	0	231	1,50%
MERCEDES	БАЛКАН СТАР	0	0	0	54	33	34	47	2	1	113	8	0	88	380	2,47%
MINI	КАМОР АУТО	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0,06%
MINI	БАЛКАН СТАР	0	0	83	21	0	0	0	0	19	0	30	18	17	188	1,22%
NISSAN	РЕНО НИСАН БЪЛГАРИЯ	0	0	73	14	11	0	0	1	45	0	0	18	86	248	1,61%
OPEL	Аксон, Булвария, Ониск Ауро, Каргоекспрес, София Ауро, Бояна Ауро, Сервис Стефанов, Бова	0	3	420	700	111	0	0	0	99	25	28	0	0	1386	9,00%
PEUGEOT	СОФИЯ ФРАНС АУТО	0	0	236	461	157	12	0	0	520	367	3	0	0	1756	11,41%
RENAULT	РЕНО НИСАН БЪЛГАРИЯ	0	0	393	154	21	0	0	0	119	42	74	0	0	803	5,22%
SAAB	СКАНДИНАВИЯ МОТОРС	0	0	0	0	7	11	0	0	0	0	0	0	4	22	0,14%
SEAT	АУТОТЕХНИКА	0	0	68	31	0	0	0	0	0	0	0	0	0	99	0,64%
SKODA	ЕУРАТЕК	0	0	0	747	412	27	0	0	0	0	0	0	0	1186	7,70%
SSANG YONG	РАТОЛА КОРПОРЕЙШЪН	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	93	94	0,61%
SUBARU	СУБАРУ МОТОРС ТРЕЙДИНГ	0	0	0	1	7	0	0	0	4	0	0	29	0	41	0,27%
SUZUKI	МИРКАТ	0	40	80	28	0	0	0	0	0	0	0	192	0	340	2,21%
TOYOTA	Т М АУТО	0	0	332	365	252	0	0	47	10	138	173	133	0	1450	9,42%
UAZ	КАРБОН, СЕЙ ХАЙ	0	0	0	0	0	0	0	1	31	10	52	0	0	94	0,61%
VOLVO	МОТО ПФОЕ	0	0	0	0	51	25	0	2	0	0	0	0	75	153	0,99%
VOLVO	КАРБОН, СЕЙ ХАЙ	0	0	0	0	0	0	0	0	201	115	51	0	157	1013	6,58%
VOLVO	ПОРШЕ БГ	0	0	0	52	0	0	0	0	0	0	0	124	0	176	1,14%
ДРУГИ		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100,00%
		0	200	3646	3508	1629	199	72	13	2182	1539	493	1073	798	15393	
		0,07%	1,3%	23,7%	22,8%	10,6%	1,3%	0,5%	0,1%	14,2%	10,0%	3,2%	7,0%	5,2%		

Общо продадени 15927

#### МОТОЦИКЛЕТИ

МАРКА	ВНОСИТЕЛ	МОТОЦИКЛЕТИ					ОБЩО
		до 100	100-250	250-500	500-1000	над 1000	
BMW	КАМОР АУТО	0	0	0	0	0	0
HONDA	БУЛТРАКО	0	9	2	0	1	12
PEUGEOT	СОФИЯ ФРАНС АУТО	25	11	0	0	0	36
PIAGGIO	МИЛАНО МОТОРС	10	1	2	0	0	13
SUZUKI	МИРКАТ	1	1	0	4	4	10
YAMAHA	МОТОДИНАМИКС	10	5	2	7	6	30
		46	27	6	11	11	101
		45,5%	26,7%	5,9%	10,9%	10,9%	

#### АВТОБУСИ И КАМИОНИ

МАРКА	ВНОСИТЕЛ	автобус	камиони			ОБЩО
			3,5 - 7,5	7,5 - 18	18-44	
GAZ	АНТАРИС ТРЕЙД СЕРВИЗ	0	7	0	0	7
ISUZU	СОФ КЮ	18	2	0	0	20
IVECO	Торино Моторс, Чедин България, Пълдин Транс Сервис, Булаво	0	187	19	71	277
MAN	ЕВРОКАМИОН	1	0	12	34	47
MERCEDES	БАЛКАН СТАР	1	0	8	121	130
RENAULT	СИЛМА ТРАКС	0	12	1	5	18
SETRA	БАЛКАН СТАР	0	0	0	0	0
TOYOTA	Т М АУТО	0	1	0	0	1
VOLVO	ВОЛВО БЪЛГАРИЯ	0	0	0	34	34
		20	209	40	265	534
		3,7%	39,1%	7,5%	49,6%	