

Бизнес-план как стратегический документ, призван описать все ключевые аспекты будущего предприятия, представить видение будущих проблем, с которыми может столкнуться предприятие, и разработать пути решения этих проблем или предусмотреть возможность снижения рисков.

Исходя из этого, становится очевидным, что основная цель бизнес планирования – поиск разумного равновесия между тем чего хочет фирма и тем чего она может достичь. План показывает всем заинтересованным лицам, как будет развиваться предприятие.

Бизнес-планирование в современных условиях динамичного развития рынка дает возможность руководителям взглянуть со стороны на свой проект, определить его слабые и сильные стороны. Сам процесс бизнес планирования мобилизует все возможные ресурсы разработчиков плана, дает им возможность реализовать свой потенциал.

Таким образом, можно говорить о том, что бизнес-планирование является важнейшей частью любого бизнеса. Сама важность его выражена в известном изречении, что если сам не будешь планировать, что это за тебя сделают прочие. Смысл высказывания заключается в том, что фирма, которая не умеет или не считает нужным планировать свою деятельность, сама оказывается объектом планирования, т.е. конкуренты могут за счет ее неправильной работы занимать более выгодное положение на рынке. Серьезный подход к планированию создает основу для устойчивого и эффективного бизнеса.

Список литературы

1. Виханский О., Наумов А. Менеджмент: Человек, стратегия, организация, процесс. - М.: Высшая школа, 2012. – 722 с.
2. Галькович Р.С., Набоков В.И. Современный менеджмент. - М.: Пермь: Перм. гос. ун-т, 2011. – 156 с.
3. Герчикова И.Н. Менеджмент. - М.: Проспект, 2011. – 534 с.
4. Голубев Ю.Н. Стратегия и тактика совершенствования управления. - СПб.: Питер, 2011. – 366 с.
5. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 5-е изд., стер. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2014. – 576 с.
6. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес – Букс, 2005.
7. Гончарова Н.А. «Инновационный аутсорсинг в малом и среднем бизнесе»// «Экономическое возрождение России». – 2010. - №4 (26). – С.101-108
8. Грибов, В. Д. Инновационный менеджмент : учебное пособие / В. Д. Грибов, Л. П. Никитина. – Москва : ИНФРА-М, 2014. – 311 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

Роль интеллектуального анализа данных в страховой индустрии

Гелашвили Н.Н.¹, Силищев Д.А.²

¹ к.э.н., доцент кафедры экономики и международного бизнеса,

² магистрант 2-го года обучения по специальности

«IT-предпринимательство и цифровая экономика»

denor1980@mail.ru, silischschew@gmail.com

^{1,2} Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова, г. Караганда

Аннотация: в данной публикации затрагивается тема роли Data mining в страховом бизнесе. Проведен краткий обзор данной технологии и предпосылок её становления. Особое

внимание было обращено на области страховой отрасли, в которых может использоваться Data mining. В статье приведен тщательный и детальный анализ преимуществ и недостатков данного метода, а также проблем его эксплуатации в страховых фирмах Казахстана.

Ключевые слова: Data mining, интеллектуальный анализ данных, страховые компании, бизнес-решение, данные, клиент, прогнозирование, сегментирование рынка

По мере того, как мир приближается к эре «Интернета вещей», страховые компании пытаются найти различные способы получения точной и эффективной информации в сфере страховых услуг. Раньше данные о прошлых клиентах плохо документировались на бумаге и хранились в папках и картотечных шкафах. Сегодня информация документируется в Интернете и содержится в базах данных или хранилищах данных для облегчения доступа и обработки. Технологические компании создали программное обеспечение, такое как инструменты интеллектуального анализа данных, которые позволяют страховым компаниям сортировать и анализировать информацию за довольно короткие сроки. Этот процесс позволит страховым компаниям повысить операционную эффективность.

Страховой сектор в первую очередь зависит от клиентской базы. Компании в страховой индустрии собрали огромное количество данных о клиентах. С помощью интеллектуального анализа полученные о клиентах данные могут быть обработаны эффективнее, чем с помощью стандартных методов анализа данных. Эффективное управление данными о клиентах оказывает существенное влияние на максимизацию прибыли и минимизацию потерь компании. Технология интеллектуального анализа данных может помочь специалистам страховых компаний в принятии важных бизнес-решений.

Интеллектуальный анализ данных (англ. Data Mining) – это собирательное название совокупности методов анализа данных, применяемых для извлечения ранее неизвестных, нетривиальных, практически полезных и доступных для понимания человеку знаний.

Для обнаружения закономерностей в данных недостаточно просто применить методы Data Mining, хотя, безусловно, этот этап является основным в процессе интеллектуального анализа. Весь процесс состоит из нескольких этапов.

Рассмотрим основные из них, чтобы продемонстрировать, что без специальной подготовки аналитика методы Data Mining сами по себе не решают существующих проблем.

Итак, весь процесс можно разбить на следующие этапы:

- 1) понимание и формулировка задачи анализа;
- 2) сбор, подготовка данных для автоматизированного анализа (препроцессинг) и их изучение;
- 3) применение методов Data Mining и построение моделей;
- 4) проверка построенных моделей;
- 5) интерпретация моделей человеком и их дальнейшая эксплуатация. [1]

Data mining - это достаточно новая мощная технология с отличным потенциалом, которая позволяет страховым компаниям сосредоточиться на важной информации в собранных ими данных о поведении своих клиентов, в том числе и потенциальных. Интеллектуальный анализ данных помогает страховому сектору в прогнозировании мошеннических происшествий и прогнозировании модели поведения покупателя. Например, с помощью методов Data Mining может быть решена типичная задача бинарной классификации: купит ли потенциальный покупатель новый полис или нет.

Компании, внедрившие Data Mining успешно, становятся намного конкурентоспособнее. Далее перечислены те области страховой отрасли, в которых может использоваться Data mining:

- Определение факторов риска, которые позволяют прогнозировать прибыль, претензии и убытки;

- Анализ на уровне клиентов;
- Маркетинг и анализ продаж;
- Разработка новых продуктовых линеек;
- Перестрахование;
- Финансовый анализ;
- Оценка резерва по неурегулированным претензиям;
- Обнаружение мошенничества

Интеллектуальный анализ данных становится обычным явлением в страховом секторе, так и в любой другой сфере деятельности. Данные клиентов - один из самых ценных активов любой фирмы. Традиционные методы, которые использовались для обработки огромных объемов данных, сгенерированных страховыми операциями, слишком сложны. Страховые компании используют методологии Data Mining для исследования поведения клиентов и увеличения продаж. Интеллектуальный анализ данных используется для различных задач в страховом секторе следующим образом:

1) Привлечение новых клиентов. Страховые компании заинтересованы как в привлечении новых клиентов, так и в сохранении существующих. Традиционно страховые фирмы пользовались услугами агентов для приобретения клиентов, но сегодня для этого применяются и другие способы. Кластерный анализ используется для выявления целевой группы покупателей. Он предполагает выявление и дальнейшее нацеливание на население, которое с наибольшей вероятностью станет покупателем или наиболее выгодно для компании.

2) Анализ на уровне клиента. Данный анализ подразумевает анализ моделей покупок и поведения клиентов. Используя технологию ассоциативных правил, большая часть страховых фирм точно выбирают, какие политики и услуги можно предложить определенным клиентам.

3) Сегментация клиентов. Концептуально сегментирование (кластеризация) основано на предположении, что все потребители — разные. У них разные потребности, разные требования к товару, они ведут себя по-разному: в процессе выбора товара, в процессе приобретения товара, в процессе использования товара, в процессе формирования реакции на товар.

В связи с этим необходимо по-разному подходить к работе с потребителями: предлагать им различные по своим характеристикам товары, по-разному продвигать и продавать товары. Для того чтобы определить, чем отличаются потребители друг от друга и как эти отличия отражаются на требованиях к товару, и производится сегментирование потребителей.

Data Mining можно использовать для сегментации клиентов, для продвижения кросс-продаж, а также для лучшего удержания клиентов. Сегментация рынка - ключевой вопрос для развития лояльных отношений между клиентами и страховой компанией.

4) Прогнозирование. Прогнозирование объема продаж страховых услуг. Страховщики могут определить более приоритетные для них продукты и в соответствии с этим выработать наиболее оптимальную маркетинговую политику.

Прогнозирование проблем в определенных страховых сегментах. Это относится к задаче классификации. На основании исторических данных об активностях клиента, таких как страхование автомобиля/жизни/дома, наличия страховых выплат возможно спрогнозировать и сегментировать аудиторию. В результате с помощью полученных профилей можно будет корректировать условия страхования, и давать оценку «доверия» каждому клиенту.

5) Анализ мошеннических действий. Страховые компании могут снизить уровень мошенничества, выявляя определенные стереотипы в заявлениях, в документах о выплате

страхового возмещения, характеризующие взаимоотношения между субъектами страховых выплат.

б) Разработка новых продуктовых линеек. План разработки нового продукта или услуги зависит от потребности клиентов. Страховым компаниям необходимо использовать все доступные данные для более качественной разработки нового продукта и маркетинговой кампании.

7) Анализ риска. Путем выявления сочетаний факторов, связанных с поступлениями премий, страховщики могут уменьшить свои потери по обязательствам или пересмотреть стратегии своих управленческих решений.

8) Анализ эффективности информирования клиентов. С помощью исторических данных об использовании телефонной связи для техподдержки, использования смс-сервисов и онлайн-приложений, необходимо классифицировать клиентов на категории, склонные получать информацию через предпочтительный канал связи. Полученные результаты позволяют адаптировать информирование и техподдержку клиентов, учитывая их предпочтения в способе получения информации, что качественно улучшит сервис. [2]

Преимущества интеллектуального анализа данных в страховой отрасли не только помогут сократить количество заявлений о мошенничестве, но также помогут выявлять новых клиентов, увеличивать продажи и улучшать человеческие отношения в компаниях. Инструменты интеллектуального анализа данных помогают идентифицировать политики, которые были выпущены на основе неверной или ложной информации. Страховые компании могут сканировать эту информацию, чтобы узнать, когда покупатели совершают покупки в часы пик, чтобы в эти часы выделить себе больше сотрудников, чтобы устранить чрезмерное количество невыполненных транзакций. Кроме того, с увеличением продаж страховые компании также смогут воспользоваться увеличением доходов, при этом предоставляя своим клиентам лучший продукт, на который они способны. [3]

В процессе применения Data Mining возникает множество проблем. Среди них высокие затраты, длительное время и низкое качество собранных данных.

Компании стремятся сократить расходы любым способом, поэтому инвестирование в новое программное обеспечение, не приносящее краткосрочной прибыли, с самого начала заставляет их колебаться. Программное обеспечение для интеллектуального анализа данных является дорогим и долгосрочным вложением, которое требует постоянного обновления. К сожалению, многие страховые фирмы в Казахстане не готовы рассматривать использование Data Mining в силу отсутствия свободных финансовых ресурсов и высококвалифицированного персонала.

В страховых организациях, обрабатывающих огромное количество данных, в процессе их сбора и обработки может возникнуть ряд проблем:

- Шумные (грязные) данные (выбросы, пропущенные значения, дубликаты);
- Большой объем и сложная структура данных;
- Поврежденные, искаженные данные.

Даже после того, как данные собраны, страховые компании по-прежнему сомневаются в собираемых данных из-за того, что данные могут быть названы «грязными». «Грязные данные» означают неполные или ошибочные данные, которые хранятся в базе данных, содержащей ошибки. Этот сбор «грязных данных» заставляет компании задуматься, был ли интеллектуальный анализ данных правильным выбором для их компании с самого начала.

Будущее развитие технологий создаст новые проблемы и возможности для Data Mining.

Передовые методы интеллектуального анализа данных могут быть также разработаны и использованы страховыми фирмами. Основные перспективы развития технологии Data Mining включают:

- Стандартизацию языка интеллектуального анализа данных;

- Прогностический анализ;
- Расширенный интеллектуальный анализ текста;
- Семантический анализ и анализ изображений.

В связи с быстрыми изменениями, происходящими в страховой отрасли, система поддержки принятия решений играет важную роль. Интеллектуальный анализ данных, используемый для поддержки контроля политик, решения административных и управленческих задач, необходим для эффективного использования организационных и финансовых данных.

Список литературы

1. Yehuda Kahane, Nissan Levin, Ronen Meiri, Jacob Zahavi. Applying Data Mining Technology for Insurance Rate Making: An Example of Automobile Insurance. – V.32. – P. 3 – 5
2. Ю.В.Грызенкова, З.Ф.Шарифьянова. Применение интеллектуального анализа данных (data mining) в управлении страховой компанией [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wiseeconomist.ru/poleznoe/33849-primenenie-intellektualnogo-analizadannykh-data-mining-upravlenii>
3. Data Mining in the Insurance Industry [Электронный ресурс]: MIS Class Blog Internet and Technology Innovations. – 02.03.2017. – Режим доступа: <http://misclassblog.com/database-application/data-mining-in-the-insurance-industry/>

Внедрение современных информационно-инновационных технологий в аграрный бизнес

М.В. Дубинина¹, Д.К. Бытко²

¹д.э.н., профессор, заведующий кафедры учета и налогообложения,

²студентка 2 курса специальности «Учет и налогообложение»

dubinina@mnau.edu.ua, diana.bytko333@gmail.com

^{1,2} Николаевский национальный аграрный университет, г. Николаев, Украина

Анотация. На современном этапе развития экономики характерно повышение деловой активности субъектов хозяйствования через использование мобильных технологий. Это способствует росту производительности, увеличению объемов производства и реализации продукции. Разнообразные мобильные приложения достаточно актуальны и активно используются аграриями, для выполнения профессиональных задач.

Ключевые слова: информационное обеспечение, мобильные технологии, аграрные предприятия, функциональные возможности

В переходных условиях реформации инновационно-информационной экономики, глобальной гиперконкуренции на аграрных рынках, роста осведомленности и ожиданий потребителей относительно ассортимента и качеству продукции, украинским фермерам особенно актуальными стали вопросы доступа к мировым информационным базам данных, использованию комплекса доступных информационных технологий и новшеств. Объективной необходимостью реформирования системы информационного обеспечения аграрных предприятий.

Одним из наиболее перспективных и активно развивающихся на сегодняшний день является рынок мобильных технологий. Именно они в сочетании с беспроводными сетями имеют значительный потенциал расширения времени, места и эффективности работы. Мобильные технологии открывают новые каналы связи и возможности для введения