

**Повышение страховой культуры – первоочередная задача для развития
страхового рынка России**

Научный руководитель – Швецова Ирина Николаевна

Шешукова Екатерина Сергеевна

Студент (бакалавр)

Сыктывкарский государственный университет, Сыктывкар, Россия

E-mail: k-sheshukova96@mail.ru

Во всех странах с высокой страховой культурой граждан страхование играет важную роль в экономике, обеспечивая подавляющую часть инвестиций в ее развитие и освобождая государственные бюджеты от расходов на возмещение убытков от непредвиденных событий. В России страхование не является важной отраслью экономики, страховая культура граждан находится на первоначальном этапе развития. Данные выводы были сделаны автором после сравнения результатов опроса, который проводился среди иностранных граждан и граждан России, а также анализа российской и зарубежной статистики (были проанализированы показатели развитых и развивающихся стран: объем собранных страховых премий (life/non-life), объем страховых премий на душу населения, доля страховых премий в ВВП, CAGR, объем и структура располагаемых ресурсов и расходов на конечное потребление домашних хозяйств, финансовое положение домашних хозяйств).

Цель исследования и написания работы заключалась в том, чтобы выявить причины низкого уровня страховой культуры граждан России, а также разработать методы их нейтрализации, т.к., по мнению автора, дальнейшее развитие и стабильность страхового рынка России зависят главным образом от страховой культуры и финансовой грамотности граждан.

Причины низкого уровня страховой культуры граждан: неразвитость и непопулярность страховой отрасли; высокие цены на предлагаемые страховые услуги; отсутствие возможности у многих страховых компаний заказа страхового продукта или услуги online; сравнительно небольшой выбор видов страхования и страховых продуктов; негативный прошлый опыт, связанный с гиперинфляцией в 90-х годах; недоверие к страховым компаниям; недостаток информации о страховых услугах и страховых компаниях.

После выявления причин низкого уровня страховой культуры граждан был создан портрет покупателя страховых услуг из Поколения Y и Поколения Z, а затем разработан алгоритм действий для повышения уровня страховой культуры граждан России.

Для повышения уровня страховой культуры граждан в первую очередь необходимо решить проблемы, касающиеся неразвитости и непопулярности страхового рынка. При рассмотрении Digital Technology (Big Data, Internet of Things, Artificial Intelligence, Neuronet, Omni-channel Marketing, Gamification, Blockchain: применение, зарубежный опыт использования, спрос со стороны потенциальных покупателей) был сделан вывод, что большинство проблем можно решить именно благодаря внедрению и использованию новых цифровых технологий.

Digital Technology являются незаменимым помощником зарубежных страховых компаний. Они способны управлять ценообразованием, сокращать затраты, управлять политикой и претензиями, предоставлять индивидуальные предложения клиентам, расширять ассортимент продукции, оптимизировать механизм страховых выплат, операционные процессы и подходы к привлечению новых клиентов.

Digital Technology способны совершить цифровую революцию и в экономике России. С помощью цифровых технологий будут решены многие проблемы, волнующие россиян. Что касается населения, то оно готово принять новые технологии и пользоваться ими, потому что это удобно, быстро и дешево.

Согласно разработанному алгоритму автора, следующим шагом на пути становления общества с высокой страховой культурой является повышение заинтересованности клиентов в получении страховых услуг.

Способы привлечения клиентов:

- ^a масштабная реклама страховых компаний, продуктов и услуг;
- ^a проведение открытых лекций, семинаров, мастер-классов;
- ^a разработка новых видов страхования (автором предложено более 10 видов страхования и обоснованы причины признания со стороны населения);
- ^a разработка новых продуктов и услуг;
- ^a презентация персонализированных предложений;
- ^a сотрудничество с зарубежными компаниями.

Завершающим этапом является работа над финансовой грамотностью населения.

Для повышения финансовой грамотности населения могут использоваться обучающие сайты, фильмы, ТВ- и радио- ролики, семинары, лекции, мастер-классы, а также деловые игры и квесты.

Причины, из-за которых страховой рынок России не в состоянии динамично развиваться и конкурировать с мировыми рынками, могут быть устранены, особенно в настоящее время, когда экономика России выходит на уровень стабильного роста.

Формирование страховой культуры населения является сложным и длительным процессом, в котором задействованы одновременно страховые компании, население и государство. Тем не менее, без данной институциональной единицы дальнейшее развитие страхового рынка и национальной экономики в целом считается невозможным.