Ключевыми факторами успеха являются [7]:

– Создание единой информационной платформы для всех участников страхового рынка.

– Обеспечение высокого уровня кибербезопасности и защиты персональной информации.

– Активное вовлечение представителей бизнеса и общественности в обсуждение вопросов формирования национальной стратегии развития электронного страхования.

Однако важно учитывать специфику российского страхового рынка, характеризующегося значительной территориальной разбросанностью и разнообразием экономических условий. Для преодоления этих трудностей необходимо развивать региональные инициативы и программы поддержки малого и среднего предпринимательства в сфере электронных страховых услуг [5].

Таким образом, исследование показало, что электронное страхование находится на этапе активного развития. Электронный рынок страхования имеет большие перспективы роста и развития, однако реализация этих возможностей требует комплексного подхода, учитывающего правовые, экономические и социальные факторы. Только при наличии четкого понимания текущих проблем и выработанных механизмов их решения отрасль сможет успешно перейти на новый этап своего существования.

Литература

1. Ахвледиани Ю.Т. Развитие страхового рынка в условиях цифровой трансформации / Ю.Т. Ахвледиани, С.В. Фрумина // Страховое дело. – 2023. – № 10. – С. 42-46.

2. Ахвледиани Ю.Т. Страховой рынок в условиях развития цифровых технологий / Ю.Т. Ахвледиани // Банковское дело. – 2020. – № 8 (318). – С. 41-45.

3. Бедердинова А.И. Современное онлайн-страхование в России / А.И. Бедердинова, С.А. Калайда, И.А. Прилепкина // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – Т. 11, № 12. – С. 2887-2902.

4. Князева Е.Г. Страхование: учебник / Е.Г. Князева, О.А. Бойтуш, Т.Д. Одинокова; под общ. ред. Е.Г. Князевой. – 2-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА; Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2022. – 242 с.

5. Пашкова Е.Н. Развитие страхового рынка России в условиях санкций / Е.Н. Пашкова; Белгородский государственный национальный исследовательский университет // Научный результат. Сер. Экономические исследования. – 2022. – Т.8. – №4. – С. 99-109.

6. Пашкова Е.Н., Ваганова О.В. Интеграционное взаимодействие банка, страховых и лизинговых компаний на финансовом рынке / Е.Н. Пашкова, О.В. Ваганова //Научный результат. Экономические исследования. – 2023. – Т. 9. – №. 3. – С. 149-158.

7. Сапрыкина Т.В., Пашкова Е.Н. Цифровые сервисы для повышения финансовой грамотности. В сборнике: Актуальные проблемы развития экономических, финансовых и кредитных систем / Т.В. Сапрыкина, Е.Н. Пашкова // Сборник материалов IX Международной научно-практической конференции. Белгород, 2021. – С. 248-252.

8. Скамай Л.Г. Страхование: Учебник для вузов / Л.Г. Скамай. – 5-е изд., перераб. И доп. – М.: Юрайт, 2023. – 326 с.

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СТРАХОВАНИИ

Е.Ю. Рощупкина, Е.Н. Пашкова
г. Белгород, Россия
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет

Аннотация. *Статья посвящена анализу влияния цифровых технологий на трансформацию страховой отрасли в России. Рассматриваются институциональные особенности страхования и изменение его функций в условиях цифровой экономики. На основе практических примеров показано,*

как новые решения – от искусственного интеллекта и телематики до отечественных платформ документооборота – меняют продукты, бизнес-модели и взаимодействие с клиентами. Особое внимание уделено статистическим данным о цифровой зрелости российских страховых компаний, а также проблемам и рискам внедрения технологий. Сделан вывод о том, что устойчивое развитие цифрового страхования зависит от сочетания инноваций, регуляторной поддержки и готовности клиентов к переходу в цифровую среду.

Ключевые слова: *страхование, страховые компании, цифровые технологии, цифровизация страхования, страховой рынок*

DEVELOPMENT OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN INSURANCE

E.Y. Roshchupkina, E.N. Pashkova
Belgorod, Russia
Belgorod State National Research University

Annotation. *This article analyzes the impact of digital technologies on the transformation of the insurance industry in Russia. It examines the institutional characteristics of insurance and its changing functions in the digital economy. Using practical examples, it demonstrates how new solutions–from artificial intelligence and telematics to domestic document management platforms–are changing products, business models, and customer interactions. Particular attention is paid to statistical data on the digital maturity of Russian insurance companies, as well as the challenges and risks of technology implementation. It concludes that the sustainable development of digital insurance depends on a combination of innovation, regulatory support, and customer readiness for the transition to a digital environment.*

Keywords*: insurance, insurance companies, digital technologies, digitalization of insurance, insurance market*

Страхование традиционно воспринимается как консервативная отрасль: договоры, тарифы и оценка рисков десятилетиями строились на устоявшихся методологиях. Однако стремительное развитие цифровых технологий изменяет саму природу страхового бизнеса. Клиент больше не ожидает сложной процедуры оформления полиса или длительного урегулирования убытка – он ориентирован на сервис, сопоставимый по скорости и удобству с онлайн-банкингом или маркетплейсами.

Инструменты искусственного интеллекта, телематика, использование больших данных и мобильных приложений постепенно формируют новую систему страховых продуктов. Если раньше акцент делался на статистике прошлых лет, то сегодня компании получают возможность оценивать поведение клиентов в реальном времени, динамически изменять условия страхования и предлагать индивидуализированные решения. При этом цифровизация несет не только очевидные преимущества, но и новые вызовы: вопросы кибербезопасности, риски утраты доверия при автоматизации решений, необходимость адаптации правовой базы.

Такая трансформация меняет и саму роль страховых компаний: они становятся не только поставщиками услуг, но и участниками экосистем, где данные, технологии и доверие клиента образуют единое пространство. Именно этот процесс и требует внимательного анализа, поскольку он определяет будущее страховой отрасли в условиях цифровой экономики.

Особенностью цифровых решений является их интеграционный характер. Страховые компании уже не могут рассматриваться как изолированные организации: они включаются в экосистемы, где взаимодействуют с банками, медицинскими учреждениями, автопроизводителями и сервисами «умного дома». Технологии выступают связующим звеном, позволяя объединять разнородные источники информации и формировать более полное представление о рисках.

Для страхования цифровизация также означает переход от реактивной модели к проактивной. Ранее компания вмешивалась после наступления страхового события, а современные технологии дают возможность предугадывать потенциальные угрозы и минимизировать их последствия. Например, датчики утечки воды могут предотвратить ущерб в квартире, а телематика в автомобиле – снизить вероятность аварии. [2]

Различается и сама логика взаимодействия. В традиционной модели контакт между клиентом и компанией происходил преимущественно в момент заключения договора и урегулирования убытков. В цифровой среде это постоянный диалог: мобильное приложение напоминает о сроках платежей, чат-бот отвечает на вопросы, а смарт-устройства фиксируют изменения состояния застрахованного объекта.

Основные направления внедрения цифровых технологий в страховании представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные направления внедрения цифровых технологий в страховании

Направление	Содержание	Влияние на страховую деятельность
Онлайн-каналы и платформы	Электронные полисы, маркетплейсы страховых продуктов, самообслуживание через веб- и мобильные приложения	Упрощение доступа к услугам, сокращение транзакционных издержек, повышение прозрачности взаимодействия
Большие данные и искусственный интеллект	Анализ клиентских данных, прогнозирование вероятности убытков, автоматизация принятия решений	Персонализация тарифов и условий, ускорение оценки рисков, снижение числа мошеннических случаев
Технологии интернета вещей и телематика	Датчики в автомобилях, «умные» устройства в жилище и на производстве	Переход от компенсационной модели к превентивной: снижение ущерба за счет раннего предупреждения рисков
Мобильные экосистемы и приложения	Интеграция страховых сервисов в приложения банков, транспортных или медицинских платформ	Повышение частоты контакта с клиентом, встраивание страхования в повседневные сервисы
Блокчейн и смарт-контракты	Автоматизированное заключение и исполнение договоров, децентрализованные базы данных	Повышение доверия и прозрачности, снижение затрат на администрирование и проверку сделок

Таблица демонстрирует, что цифровая трансформация страхования выходит далеко за рамки клиентских сервисов. Она проникает в саму основу отрасли, затрагивая расчёты рисков, процессы оценки заявок и работу с убытками. Постепенно меняется логика бизнеса – вместо того чтобы компенсировать ущерб после наступления события, компании стремятся управлять рисками в моменте. При этом новые решения формируют взаимосвязанную систему: подключённые устройства создают массивы данных, которые обрабатываются аналитическими платформами, а мобильные сервисы становятся средой для внедрения искусственного интеллекта и распределённых реестров.

«В Москве 14 марта 2025 года прошла конференция «Цифровая зрелость страховых компаний – 2024», в рамках которой были представлены результаты рейтинга цифровизации ведущих участников российского рынка. В мероприятии приняли участие более ста представителей отрасли, включая руководителей страховых компаний, экспертов и представителей регуляторов» [5].

Особое внимание вызвали данные рейтинга, демонстрирующие, что уровень цифровизации компаний уже стал фактором конкурентного преимущества. Оценка проводилась по нескольким критериям: представленность в интернете, продвижение и коммуникации, а также развитие онлайн-продаж (таблица 2).

Данные таблицы показывают, что лидеры рынка по объему премий не всегда являются лидерами цифровой трансформации. Например, Совкомбанк страхование, занимающий лишь 13-е место по размеру премий, смог войти в пятерку компаний с наибольшим уровнем цифровой зрелости. Это говорит о том, что цифровизация открывает возможности для более агрессивных стратегий роста даже у игроков среднего масштаба.

Таблица 2 – Рейтинг цифровой зрелости страховых компаний России за 2024 г.

Место в рейтинге	Компания	Место по размеру премий по страхованию по итогам 2024 г.	Место в категории		
			Представленность в интернете	Продвижение и коммуникации	Онлайн-продажи
1	Альфа страхование	2	1	1	1
2	Ингосстрах	3	2	2	3
3	ВСК	4	4	3	2
4	Совкомбанк страхование	13	3	4	4
5	Ренессанс страхование	10	6	8	5

В то же время компании с крупной клиентской базой, такие как АльфаСтрахование и Ингосстрах, подтверждают способность сочетать финансовую устойчивость и цифровые инновации, занимая ведущие позиции сразу по нескольким категориям. Важно также, что показатели онлайн-продаж и цифровых коммуникаций стали ключевыми факторами, определяющими итоговое место в рейтинге, что отражает общий тренд на смещение взаимодействия с клиентом в онлайн-среду.

Представленные данные подтверждают, что цифровизация в российском страховании становится не просто дополнительным инструментом, а стратегическим направлением, определяющим конкурентоспособность компаний на рынке.

«Агентство цифрового аудита SDI360 регулярно отслеживает ключевые тренды и фиксирует наиболее показательные кейсы. Так, дайджест цифровых новостей страховых компаний во втором квартале 2025 года (апрель – июнь) демонстрирует несколько ярких тенденций.» [4]

Во-первых, усиливается сотрудничество страховщиков с технологическими компаниями. Так, «Ингосстрах» и VK договорились развивать онлайн-сервисы, а ВСК и «Инфомаксимум» – решения на базе генеративного ИИ и процессной аналитики. Технологические альянсы становятся важным инструментом ускоренной цифровой трансформации.

Во-вторых, растёт интерес к нишевым продуктам. «СберСтрахование» запустила страхование экранов подержанных смартфонов с использованием ИИ и программу «Защита будущего» – онлайн-полис для будущих родителей. Это отражает переход к индивидуализированным решениям, ориентированным на конкретные жизненные ситуации.

Третье направление – интеграция страховых сервисов в привычные цифровые экосистемы. «Абсолют Страхование» предлагает подписку для клиентов Spirit.Fitness, а «АльфаСтрахование» совместно с «Билайном» запустила страхование от мошенничества, оформляемое прямо в приложении оператора.

Четвёртая тенденция – повышение прозрачности и скорости обслуживания. «СберСтрахование жизни» сократило время урегулирования по кредитным и ипотечным программам до пяти минут благодаря ИИ-агенту. «Росгосстрах» использует обновлённые модели по ОСАГО, которые учитывают более сотни факторов, обеспечивая персонализированные тарифы.

Кроме того, страховщики активно внедряют автоматизацию выплат. В «АльфаСтраховании» сервис быстрых выплат по ОСАГО через СБП позволяет получать компенсацию за три часа после подачи заявления – без визита в офис и вызова оценщика.

Параллельно развивается курс на импортонезависимость. Компании переходят на отечественные цифровые решения и платформы. Так, «РСХБ-Страхование» внедрило ECM-систему Docs5, а «Росгосстрах» перешёл на российский сервис онлайн-досок Holst. ВСК совместно с отраслевыми центрами готовит страховой продукт, защищающий бизнес при переходе на отечественные ERP-системы.

Совокупность этих примеров подтверждает: цифровизация страхового сектора в России становится системным процессом, формирующим новые модели бизнеса, повышающим качество обслуживания и укрепляющим технологическую независимость отрасли.

Несмотря на очевидные преимущества, цифровая трансформация страхового рынка сопровождается целым рядом проблем, которые затрагивают как компании, так и клиентов.

Рост объёмов данных и переход к онлайн-обслуживанию делают страховщиков мишенью для кибератак. Утечка информации о клиентах способна не только нанести финансовый ущерб, но и подорвать доверие к страховой системе в целом. В условиях, когда страхование основано на доверии, подобные инциденты могут иметь долгосрочные последствия.

Законодательная база зачастую не успевает за технологическими изменениями. Например, вопросы применения блокчейна или алгоритмов искусственного интеллекта при принятии страховых решений остаются слабо урегулированными. Отсутствие единых стандартов препятствует масштабному внедрению инноваций.

Страховые компании, особенно небольшие, рискуют попасть в зависимость от поставщиков цифровых решений – внешних платформ, ИТ-подрядчиков или глобальных облачных сервисов. Такая зависимость может снизить гибкость и конкурентоспособность рынка.

Не все клиенты готовы или способны пользоваться цифровыми сервисами. Для пожилых людей или жителей регионов с низким уровнем цифровой инфраструктуры переход к онлайн-модели может стать барьером к доступу к страховой защите.

Однако российский страховой рынок продолжает постепенно адаптироваться к цифровым технологиям, и перспективы его развития во многом определяются сочетанием технологического прогресса, регуляторных инициатив и изменения поведения клиентов.

Ожидается, что доля электронных полисов и мобильного самообслуживания будет продолжать расти. Развитие мобильных экосистем позволит интегрировать страховые продукты в повседневные сервисы, такие как онлайн-банкинг, транспортные платформы или медицинские приложения, что повысит удобство и скорость обслуживания клиентов.

Развитие цифрового страхования во многом зависит от нормативной базы. Появление четких правил работы с электронными полисами, данными клиентов и ИИ-алгоритмами позволит компаниям безопасно внедрять инновации и повышать доверие населения.

Таким образом, цифровизация страховой отрасли в России уже перестала быть частным направлением развития и превратилась в стратегический фактор конкурентоспособности компаний. Практика последних лет показывает, что новые технологии не только ускоряют процессы и делают сервис доступнее, но и меняют институциональную роль страхования, смещая акцент с компенсации убытков на управление рисками.

В ближайшие годы именно сочетание технологических инноваций, регуляторной поддержки и готовности клиентов к цифровому взаимодействию будет определять устойчивость и будущее страхового рынка.

Литература

1. Страхование: учебник и практикум для вузов / под общей редакцией И.П. Хоминич. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 620 с.

2. Панарина, М. М. Корпоративная безопасность. Управление рисками и комплаенс в эпоху цифровизации: учебное пособие для вузов / М. М. Панарина. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 181 с.

3. Охременко А.Г., Токарь Е.В. Цифровизация в страховании: тренды, драйверы и перспективы развития // Научный результат. Экономические исследования. 2025. Т. 11. № 2. С. 150-160.

4. Пашкова, Е.Н. Развитие страхового рынка России в условиях санкций / Е.Н. Пашкова; Белгородский государственный национальный исследовательский университет // Научный результат. Сер. Экономические исследования. – 2022. – Т.8, №4. – С. 99-109.

5. Пашкова Е.Н. Цифровые технологии в страховании в сборнике: Актуальные проблемы развития национальной и региональной экономики. Сборник научных трудов XI Международной научно-практической конференции для студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых. Белгород, 2021. – С. 133-136.

6. Сапрыкина Т.В., Пашкова Е.Н. Цифровые сервисы для повышения финансовой грамотности. В сборнике: Актуальные проблемы развития экономических, финансовых и кредитных систем. Сборник материалов IX Международной научно-практической конференции. Белгород, 2021. – С. 248-252.

7. Антипенко П.А. Высокотехно-логичность страховой отрасли в контексте финансовой безопасности // Инновационная экономика. 2023. № 1(34). С. 5-20.

8. Пашкова Е.Н., Ваганова О. В. Интеграционное взаимодействие банка, страховых и лизинговых компаний на финансовом рынке //Научный результат. Экономические исследования. – 2023. – Т. 9. – №. 3. – С. 149-158.

9. Дайджест SDI360, выпуск 5: цифровизация страховой отрасли. Период: апрель – июнь 2025 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://consult-cct.ru/dajdzhest-sdi360-vypusk-5-czifrovizacziya-strahovoj-otrasli-period-aprel-iyun-2025 (дата обращения: 27.09.2025).

10. Рейтинг цифровой зрелости страховых компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sdi360.ru/insurance24 (дата обращения: 27.09.2025).

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

А.А Ручка
Науч. рук.: Е.Д. Щетинина
г. Белгород, Россия
Белгородский государственный
технологический университет им В.Г. Шухова

Аннотация. *В статье рассматриваются ключевые аспекты маркетинга в сфере общественного питания, выходящие за рамки стандартного продвижения. Особое внимание уделяется специфике отрасли, где успех определяется не только качеством кухни, но и способностью создавать уникальный гастрономический опыт. Анализируя такие важные составляющие как: управление спросом через систему акций и бронирований, формирование эмоциональной связи с гостями, борьба за лояльность в условиях высокой конкуренции, а также роль персонала как лица заведения.*

Ключевые слова: *маркетинг в общественном питании, ресторанный бизнес, управление спросом, лояльность гостей, удерживание клиентов, программы лояльности, репутация заведения.*

FEATURES OF MARKETING IN THE CATERING MARKET

A.A. Ruchka
Sc. supervisor: E.D. Shchetinina
Belgorod, Russia
Belgorod state technological
university named After V. G. Shoukhov

Annotation. *The article examines key aspects of marketing in the public catering sector that go beyond standard promotion. Particular attention is paid to the specifics of the industry? Where success is determined not only by the quality of the cuisine but also by the ability to create a unique gastronomic experience. It analyzes such important components as demand management through a system of promotions and reservations? Building an emotional connection with guests, the struggle for loyalty in a highly competitive environment? And the role of staff as the face of the establishment.*

Keywords: *marketing in public catering, restaurant business, demand management, guest loyalty, customer retention, loyalty programs, establishment reputation.*