

Т.Б. Соломатина

---

## ТРАНСФОРМАЦИЯ РОССИЙСКОГО СТРАХОВОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ ВНЕШНИХ САНКЦИЙ

---

**Аннотация.** В статье проанализировано современное состояние российского страхового рынка. Отмечено влияние на российский страховой рынок цифровых технологий. Рассмотрены пути развития российского страхового рынка в условиях внешних санкций. Для преодоления санкционного воздействия на российский страховой рынок предложено обратить внимание на потребительские предпочтения на рынке страховых услуг. Ключевой задачей страховых компаний становится эффективное реагирование на изменяющиеся запросы потребителей и переход от традиционной модели продвижения продукта к концепции клиентоцентричности.

*Ключевые слова:* инновации, клиентоцентричность, страховой рынок, страховые услуги, цифровизация финансового рынка.

T.B. Solomatina

---

## TRANSFORMATION OF THE RUSSIAN INSURANCE MARKET IN THE CONTEXT OF EXTERNAL SANCTIONS

---

**Abstract.** The article analyzes the current state of the Russian insurance market. The influence of digital technologies on the Russian insurance market is noted. The ways of development of the Russian insurance market in the conditions of external sanctions are considered. To overcome the sanctions impact on the Russian insurance market, it is proposed to pay attention to consumer preferences in the insurance market. The key task of insurance companies is becoming an effective response to changing consumer demands and the transition from the traditional model of product promotion to the concept of customer-centricity.

*Keywords:* innovation, client-centricity, insurance market, insurance services, digitalization of the financial market.

В настоящее время российский страховой рынок оказался под воздействием антироссийских санкций, что не могло не сказаться на снижении его рентабельности во втором полугодии 2022 года.

Основные убытки страхового рынка связаны с инвестиционной деятельностью страховых организаций в связи с волатильностью российского финансового рынка и отрицательной переоценкой валютных активов в связи с укреплением курса рубля [1].

В то же время современный российский финансовый рынок трудно предста-

вить без цифровых технологий, которые используются для предоставления всех видов финансовых услуг: страхования, кредитования, открытия депозитов, инвестирования, проведения расчетов. Это позволяет сделать финансовые услуги более доступными для граждан нашей страны [2].

Для преодоления санкционного воздействия на российский страховой рынок необходимо обращать внимание на потребительские предпочтения на рынке страховых услуг.

**Соломатина Тамара Борисовна**

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и банковского дела, Российский новый университет, Москва. Сфера научных интересов: цифровая трансформация экономики России, изучение различных ситуаций финансово-экономической деятельности предприятий, анализ функционирования финансового и банковского секторов. Автор более 15 опубликованных научных работ. Электронный адрес: Solomatina-Tamara@rambler.ru

В современных условиях возникает новый потребитель, а значит, финансовые институты должны меняться и подстраивать свои продукты под его интересы. И сегодня участники финансового рынка должны понять, что нужно потребителю. Главной ценностью для финансовой организации должно стать доверие клиента. Бизнес-модель финансовой организации должна стать клиентоцентричной, то есть ориентироваться на индивидуальные потребности каждого покупателя и в конечном счете их удовлетворять. Финансовая организация должна стать неотъемлемой частью жизни клиента.

В период цифровизации финансового рынка, а также увеличения доступности финансовых услуг растут ожидания потребителя. Инновации привели к появлению новых услуг на финансовом рынке. Эти инновации произошли в результате прорывных технологий, таких как искусственный интеллект и блокчейн, а также дополнительных технологий, таких как распространение и повышенная доступность цифровых каналов [3].

Беспрецедентный доступ к информации создает более информированных и требовательных клиентов, которые ценят свое время. При этом, несмотря на развитие технологий, нельзя отойти от личного взаимодействия организации и клиента. Клиент стремится сделать осознанный выбор, а значит, предлагаемые ему страховые продукты должны быть простыми и прозрачными.

Клиенту нужна четко продемонстрированная ценность продукта. Сама компания должна исходить из того, что клиенты не имеют одинаковых потребностей. Клиент готов выстраивать долгосрочные отношения с компанией, и здесь важно, чтобы страховщик признавал и вознаграждал ценность отношений с клиентом. У страхового рынка есть потенциал для завоевания доверия потребителей.

Ключевой задачей страховой компании становится эффективное реагирование на изменяющиеся запросы потребителей. Именно понимание потребности клиента обеспечит выживание компании и будет способствовать росту прибыли.

Партнер-основатель Peppers&Rogers Group Дон Пепперс определил различия между ориентацией на клиента и ориентацией на продукт. По его мнению, ориентация на продукт начинается с того, что продукт или услуга отвечает потребностям клиентов, а затем получает как можно больше клиентов, у которых есть эти потребности. Ориентация на клиента начинается с индивидуального клиента и направлена на удовлетворение его потребностей во всех подразделениях и в максимальной возможной степени [5].

Акцент на клиентах имеет важное значение для привлечения и удержания их в условиях давления антироссийских санкций на российский страховой рынок. В то же время сами страховщики не оправдывают ожиданий клиента, и, как следствие,

уровень доверия к ним невысок. Только 26,3 % взрослого населения России полностью доверяют или скорее доверяют субъектам страхового рынка [4].

Клиентов не удовлетворяют качество обслуживания, награждение лояльности, коммуникации и прозрачности продукта.

Потребность в ясности и прозрачности также необходима для регулирования деятельности страхового рынка, а защита интересов потребителей является необходимым условием функционирования финансового рынка. И здесь важно определить шаги, которые может сделать страховщик для изменения отношений с клиентом:

1. Защита бизнеса от длинной цепочки посреднических звеньев. Цепочка посредников отодвигает потребителя от продавца и не позволяет последнему понять потребности клиента.

2. Понимание потребности клиента. Традиционная бизнес-модель строится с ориентацией на продукт для конкретного вида риска. Современная компания должна знать своего клиента и использовать эти знания как источник конкурентного преимущества.

3. Диверсификация портфеля. Это связано с тем, что в зависимости от сложившихся рыночных условий потребности потребителей изменяются.

4. Сотрудничество с новыми партнерами по всей цепочке создания стоимости. Важно не просто проталкивать свой продукт, а поставлять решения для клиента.

Выстраивание модели развития на основе этих шагов позволит страховщику обеспечить устойчивый рост и повысить доверие к себе.

Важно понять, как совершить переход от традиционной модели продвижения продукта к концепции клиентоцентричности. Организация, ориентированная

на клиента, строит свою модель развития вокруг понимания его потребностей. Для этого необходимы:

- бизнес-процессы, которые определяют потребности клиентов в различных сегментах;
- обеспечение положительного обслуживания клиентов на каждой стадии взаимодействия;
- развитие культуры, которая ставит клиента в центр процесса принятия решений.

На пути успешной трансформации может возникнуть ряд препятствий. Страховому рынку присуще большое число агентов и посредников, которые не желают делиться данными о клиентах. Часто данная ситуация встречается в компаниях, которые сегментированы по каналам распределения. Это особенно часто встречается в компаниях, которые исторически имеют сегментацию по каналам распределения, например посреднический и прямой. В данном случае клиент не взаимодействует напрямую с компанией.

Если страховщик своей целью ставит трансформацию операционной модели клиента, то он должен задать себе следующие вопросы:

- Почему компания хочет быть ориентирована на клиента?
- Есть ли желание со стороны членов правления изменять бизнес-модель?
- С чего начать процесс трансформации?

Как ранее было отмечено, постоянно растет роль цифровых технологий. Потребители хотят получить доступ к продукту, сочетая как онлайн-сервисы, так и личные контакты на протяжении всего периода пользования продуктами страховщика.

Эффективная интеграция каналов продаж и обслуживания имеет решающее значение для обеспечения позитивного, укрепляющего бренд опыта клиента в каждой точке взаимодействия.

---

 Трансформация российского страхового рынка в условиях внешних санкций
 

---

В условиях противодействия антироссийским санкциям ключевой задачей страховой компании становится эффективное реагирование на изменяющиеся запросы потребителей. Именно понимание потребности клиента обеспечит выживание компании и будет способствовать росту прибыли.

В заключение стоит отметить, что переход к становлению действительно ориен-

тированной на клиента страховой компании является сложным и долгим, но не стоит его откладывать. Чтобы обеспечить устойчивый рост, страховщики должны сосредоточиться на переопределении отношений с клиентами и преобразовании своих бизнес-моделей. Доверие потребителя способно обеспечить рост всей отрасли.

### Литература

1. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков (II квартал 2022 года). URL: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/42295/review\\_insure\\_22Q2.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/42295/review_insure_22Q2.pdf)
2. Соломатина Т.Б. Влияние цифровых технологий на современный российский финансовый рынок // Вестник РосНОУ. Сер.: Человек и общество. 2021. № 1. С. 33–36.
3. Финансовая система: цифровой вызов / О.И. Лаврушин, К.В. Криничанский, Б.Б. Рубцов [и др]. М., 2022.
4. Центробанк: страховщикам доверяет четверть россиян. URL: <https://www.banki.ru/news/lenta/?id=10907452>
5. Customer-centricity explained – what it means to be customer-centric. URL: <https://www.iscoop.eu/customer-centricity/>

### References

1. Obzor klyuchevykh pokazatelej deyatel'nosti strahovshchikov (II kvartal 2022 goda). URL: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/42295/review\\_insure\\_22Q2.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/42295/review_insure_22Q2.pdf)
2. Solomatina T.B. (2021) Vliyanie cifrovyyh tekhnologij na sovremennyj rossijskij finansovyj rynek [The impact of digital technologies on the modern Russian financial market]. *Bulletin of RosNOU. Ser.: Man and Society. No. 1.* Pp. 33–36. (In Russian).
3. Lavrushin O.I., Krinichanskij K.V., Rubcov B.B. (et al.) (2022) *Finansovaya sistema: cifrovoj vyzov* [Financial System: Digital Challenge]. Moscow. (In Russian).
4. Centrobank: strahovshchikam doveryaet chetvert' rossiyan. URL: <https://www.banki.ru/news/lenta/?id=10907452>
5. Customer-centricity explained – what it means to be customer-centric. URL: <https://www.iscoop.eu/customer-centricity/>