МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Факультет экономический**

**Кафедра теоретической экономики**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**ЭЛЕКТРОННЫЙ СТРАХОВОЙ ПОЛИС: СУЩНОСТЬ, ПРЕИМУЩЕСТВА, ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ**

Работу выполнил \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_С.С. Лагошин

(подпись, дата)

Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика курс 3 группа 311 ОФО

Направленность (профиль) Электронный бизнес

Научный руководитель

канд. эконом. наук, доцент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.Ю. Сайбель

(подпись, дата)

Нормоконтролер

канд. эконом. наук, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Н.Ю. Сайбель

(подпись, дата)

Краснодар

2023

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Введение………………………………………………………………………... | | | 3 |
| 1 | Теоретические аспекты электронного страхового полиса………………...………………………………………………………. | | 5 |
|  | 1.1 | Понятие, сущность и преимущества электронного страхового полиса | 5 |
|  | 1.2 | Виды электронного полиса в страховании………………………….… | 8 |
| 2 | Анализ внедрения электронного полиса на рынке страховых услуг в России и за рубежом………………….…………..…….…….…….…….…. | | 11 |
|  | 2.1 | Особенности внедрения электронного полиса на рынке страховых услуг в России...…………………………………………………………. | 11 |
|  | 2.2 | Оценка внедрения электронного полиса на рынке страховых услуг за рубежом…………………………………………………………………. | 13 |
| 3 | Перспективы внедрения электронного страхового полиса………………. | | 15 |
|  | 3.1 | Основные направления совершенствования электронного страхового полиса ………………………………………………………………...…. | 15 |
|  | 3.2 | Проблемы внедрения электронного страхового полиса………………………………………………….………………… | 17 |
| Заключение………………………………………………………………...…… | | | 19 |
| Список использованных источников…………………………………………. | | | 20 |

**ВВЕДЕНИЕ**

В современном мире страховой полис является важным документом в жизни каждого человека. В век информационных технологий присутствует тенденция сокращения затрат времени на рутинные действия. Именно это помогает сделать электронный страховой полис, который можно быстро оформить через Интернет и использовать в электронном виде.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что появляется больше людей, которые ценят свои жизни, приобретают новое имущество, которое также хотят защитить от несчастных случаев, при этом сделать это быстро и удобно.

Целью курсовой работы является рассмотрение электронного страхового полиса, как современного варианта страхования, а также определение его сущности, преимуществ и проблем внедрения.

Для достижения указанной цели необходимо выполнить следующие задачи:

* рассмотреть понятие, сущность и преимущества электронного страхового полиса,
* рассмотреть основные виды электронного страхового полиса,
* проанализировать особенности внедрения электронного страхового полиса в России и за рубежом,
* рассмотреть перспективы внедрения электронного страхового полиса.

Объектом исследования является страхование и связанные с ним процессы.

Предмет исследования – социально-экономические аспекты, способствующие увеличению спроса на электронные страховые полисы.

Методами исследования являются индукция, дедукция, анализ, синтез и сравнительный анализ.

Информационная база – труды российских экономистов и социологов, нормативно-правовые акты, Интернет ресурсы.

Курсовая работа состоит из введения, трёх глав, заключения и списка использованных источников. Во введении обоснована актуальность темы, сформулированы цели и задачи исследования, указаны объект и предмет исследования. В первой главе раскрываются теоретические аспекты электронного страхового полиса: понятие, сущность и преимущества, а также виды электронного страхового полиса. Во второй главе проводится анализ внедрения электронного полиса на рынке страховых услуг в России и за рубежом. Третья глава содержит перспективы внедрения электронного страхового полиса: основные направления совершенствования и проблемы внедрения электронного страхового полиса.

1. **Теоретически аспекты электронного страхового полиса**

**1.1 Понятие, сущность и преимущества электронного страхового полиса**

В настоящее время информационные и телекоммуникационные технологии находятся в стадии стремительного развития, они проникают во все сферы общественной жизни. Область страхования не стала исключением: использование электронных технологий является необходимым условием обеспечения соответствия оказываемых страховых услуг ожиданиям и потребностям населения. Одной из новейших предлагаемых услуг является продажа страховых полисов онлайн [24].

Интернет-страхование (онлайн-страхование) означает простую модель покупки страховки и дальнейшего ее обслуживания с использованием телефона, сети Интернет или других средств связи.

Страховая программа – это специфический финансовый продукт, разобраться в котором самостоятельно может оказаться сложно человеку, не связанному с этой сферой.

Поэтому развитие интернет-страхования идет по пути «от простого к сложному» – на начальных этапах через сеть продаются типовые продукты, которые могут быть «интуитивно понятны» неподготовленному пользователю, для которых возможно создать стандартизованные формы и автоматически рассчитывать риски [2].

В зарубежной практике продажа страховых продуктов с помощью информационных технологий — это явление обычное. Так, по последним статистическим данным [8], около 70% жителей Великобритании отдают предпочтение покупке страховки именно посредством интернета, во Франции – почти 50%. В России же продажи полисов онлайн в большинстве случаев осуществляются путем подачи интернет-заявки, когда клиент направляет свои контактные данные электронным способом, далее взаимодействие с ним происходит либо по телефону, либо при личной встрече. Возникает вопрос, каковы причины возникновения проблем внедрения этого страхового продукта в нашей стране?

Обратимся к правовому регулированию отношений, возникающих в сфере электронного страхования. Общественные отношения в сфере страхования восходят к предмету гражданского права. Так, согласно ст. 940 Гражданского кодекса РФ [11] (далее ГК РФ), договор страхования заключается в письменной форме. Пунктом 1 статьи 160 ГК РФ определено, что сделка в письменной форме должна быть совершена путем составления документа, выражающего ее содержание и подписанного лицом либо лицами, совершающими эту сделку, или иными уполномоченными на совершение сделки лицами. Вместе с тем законодатель указал, что многосторонние сделки могут совершаться установленными пп.2, 3 ст.434 ГК РФ способами. Так, в соответствии с п.2 ст.434 договор в письменной форме может быть заключен, помимо составления одного документа, также путем обмена документами посредством почтовой, телеграфной, телетайпной, телефонной, электронной и иной связи, позволяющей достоверно установить, что документ исходит от стороны по договору. Таким образом, в ГК РФ заложены основы заключения договоров страхования с помощью электронных технологий [14].

Положительную динамику развитию онлайн-страхованию придает Федеральный закон от 6 апреля 2011 г. № 63-Ф3 «Об электронной подписи» [17], который позволяет использовать некоторые виды электронной подписи без регистрации в удостоверяющем центре, что позволит страхователю создавать электронную подпись самостоятельно, в том числе онлайн, без особых временных и материальных затрат. Так, в соответствии с п.2 ст.6 названного Закона информация в электронной форме, подписанная простой электронной подписью, является электронным документом, равнозначным документу на бумажном носителе, который подписан собственноручной подписью в случаях, установленных законом или соглашением сторон. При этом для обеспечения надежности совершаемой сделки, страховой полис от имени страховщика может быть подписан квалифицированной электронной подписью, для получения которой необходимо приобрести сертификат ключа проверки электронной подписи в удостоверяющем центре. Такую электронную подпись может проверить любой страхователь и убедиться в том, что полис подписан именно страховщиком.

Преимущества интернет-страхования состоят в следующем. Для предоставления таких услуг у страховой компании должно быть интернет-представительство, или виртуальный офис, включающий в себя возможности предоставления клиенту полной информации об услугах компании и возможности детального ознакомления с ними, заполнение формы заявления на заключение договора страхования онлайн, возможность передачи полиса, заверенного квалифицированной электронной подписью страховщика, по сети интернет, информационного обмена между страхователем и клиентом как во время действия договора, так и при наступлении страхового случая, а также возможность выплаты страховой премии через Интернет. Если представительство страховой компании в сети Интернет будет отвечать всем вышеперечисленным требованиям, то оно может называться полноценным виртуальным офисом. Очевидно, что преимуществом такого офиса будет являться существенная экономия его содержания. Также транзакционные издержки по интернет-сделкам намного ниже, чем издержки для обслуживания клиента в обычном режиме [18]. Уменьшение издержек приводит к снижению рыночной цены страховой услуги, вследствие чего возрастает спрос на нее, увеличивается количество заключенных договоров страхования, что оказывает положительное влияние на развитие страхового рынка. Кроме того, виртуальный офис расширяет географические границы клиентской базы, что приводит к географической диверсификации страховых продуктов.

Для страхователя важным преимуществом приобретения полиса в электронной форме является экономия времени. Приобретая страховой полис онлайн, страхователь не тратит бесценное время на поездку в офис страховой компании – достаточно воспользоваться интернетом, посетить виртуальные офисы различных страховых компаний и воспользоваться наиболее привлекательным предложением. Кроме того, в сети интернет-пользователь может самостоятельно рассмотреть различные варианты страховых предложений, сравнить стоимость электронного полиса различных компаний, а также получить представление о репутации страховой компании, просмотрев отзывы клиентов [1].

Таким образом, интернет-страхование представляет собой систему экономических отношений, включающую многообразие форм и методов взаимодействия между страховщиком и клиентом. Особенностью данных отношений выступает использование сети Интернет при продаже страхового продукта и его обслуживания. Следовательно, электронный полис — это именной документ электронного формата, подтверждающий заключение договора страхования, выдаваемый страховщиком страхователю при помощи интернет-технологий.

**1.2 Виды электронного полиса в страховании**

К уже привычным каждому человеку электронным авиабилетам и билетам в кино, электронным деньгам и банковским картам, добавился еще один продукт технологий — электронный страховой полис.

Электронный полис считается абсолютным аналогом бумажного/пластикового. Он имеет точно такую же юридическую силу и может предъявляться при наступлении страхового случая компании-страховщику.

Полис обычно высылается застрахованному лицу, оплатившему его, на e-mail или при помощи СМС на телефон. После получения электронного полиса некоторые фирмы рекомендуют его распечатать и поставить в определенной графе собственноручную подпись.

По закону такой электронный документ скрепляется усиленной квалифицированной цифровой подписью.

В настоящее время практикуются следующие виды онлайн страхования:

1. ОСАГО – это страхование гражданской ответственности автовладельцев перед другими лицами. Оно применяется в случае, когда использование автомобиля причинило вред другим гражданам (их здоровью, имуществу или даже жизни). ОСАГО носит обязательный, закрепленный законом, характер.

Этот вид страхования стал доступен для покупки онлайн с 01.07.2015 г., после изменения законодательства, когда электронный полис ОСАГО был узаконен и приравнен к бумажному аналогу. Это также упростило процедуру его оформления.

1. КАСКО – это вид страхования, при котором автомобиль страхуется от разных возможных случаев порчи или утери (угона).

В России страхование КАСКО через интернет, практикуется редко. Отчасти это связано с отсутствием единой системы электронных полисов и общей базы по страховым случаям.

Также определенное влияние оказывает и тот факт, что при страховании автомобиля, компании-страховщики стараются проводить осмотр транспорта для определения его истинной стоимости и внешнего осмотра на наличие повреждений.

1. Страхование туристов онлайн получило сейчас широкое распространение. Полис страхования относится к обязательным документам, которые требуются для осуществления поездки за границу и для оформления туристической визы.

Электронный полис для туристов имеет силу бумажного и аккредитован иностранными посольствами и консульствами. Это позволяет беспрепятственно оформить визу для выезда в страны, где предусмотрен визовый режим.

1. Страхование имущества онлайн, в основном практикуется для страхования квартир, домов и гражданской ответственности перед соседями.

При страховании квартиры или дома возможно, что страховая компания направит сотрудника для осмотра вашего имущества, после чего полис будет отправлен по электронной почте. Некоторые страховщики обходятся уже и без такого осмотра, высылая электронный полис сразу после оплаты страхователем взноса, но такой полис вступает в действие не сразу, а лишь через 5–7 дней, в зависимости от условий страховой компании.

1. Полис страхования от несчастных случаев, а также страхование спортсменов. Онлайн страхование от несчастных случаев предлагается сейчас как для физических, так и для юридических лиц. Частные лица могут приобрести электронную страховку на случаи потери временной нетрудоспособности, для оплаты лекарственных препаратов [9].

Для юридических лиц страховые компании предлагают страхование от несчастных случаев онлайн для всех сотрудников их фирм. Такой полис помогает оплатить ущерб при наступлении несчастных случаев на рабочем месте.

Для людей, занимающихся спортом, также существует возможность оформить полис через Интернет, его еще называют онлайн-страхование спортсменов. Это важно, учитывая то, что допуск на многие соревнования без такого полиса не выдается. А оформление электронного полиса существенно экономит время и нервы перед такими мероприятиями [3].

**2 Анализ внедрения электронного полиса на рынке страховых услуг**

**2.1 Особенности внедрения электронного полиса на рынке страховых услуг в России**

Интернет представляет собой новый канал реализации страховых продуктов. Используя Интернет, страховщики могут проникать на рынок, минуя длительный и дорогостоящий процесс создания традиционных каналов продаж. А упрощение доступа на этот рынок за счет Интернета должно привести к усилению конкуренции на страховых рынках всего мира.

Жесткая конкуренция заставит страховщиков снижать цены, что благоприятно отразится на потребителях.

Электронная коммерции позволяет страховщикам снизить расходы и увеличить прозрачность страхового рынка. Пока оформление договора в электронном виде является правом, а не обязанностью страховой компании.

До сих пор эта услуга недоступна даже у некоторых лидеров рынка, среди них «Ингосстрах», «Согаз», «Согласие», «ЮжУрал-АСКО» [7].

На сайтах клиент получает описание услуги, может осуществить расчет стоимости полиса по заданным характеристикам (страховой калькулятор), отправить заявку в режиме онлайн, а также скопировать образцы страховых документов.

Существуют конференции: возможность задать вопрос консультанту фирмы в конференции на сайте или по электронной почте или ознакомиться со списком ответов на часто задаваемые вопросы. Через Интернет можно направить запрос на расчет премии при нестандартных случаях, предлагаются обзоры страхового рынка, нормативные документы. На некоторых сайтах есть возможность продлить полис, заполнить заявление о страховом случае. При покупке полиса через Интернет клиент обычно получает скидку – как правило, 5% от базовой стоимости полиса [6].

Онлайновое страхование позволяет существенно уменьшить издержки страховых компаний. Уже одно это позволяет снижать страховые взносы.

Клиенты приходят в компанию оплачивать договоры, предварительно выписав полис через Интернет, или вызывают страхового агента (оплата наличными при передаче полиса).

Полис может быть отправлен по почте наложенным платежом. Далеко проживающие клиенты могут оплатить полис через банк, распечатав с сайта счет, содержащий сумму платежа и банковские реквизиты компании, при этом дополнительно взимаются проценты за услуги.

Для корпоративных клиентов предлагаются стандартные страховые продукты. Часто разрабатываются индивидуальные страховые программы.

Далеко не все виды страхования можно осуществлять виртуально. Существуют страховые услуги, которые нельзя автоматизировать, а потому и организовать их онлайн-продажи. Не поддаются стандартизации и многие риски, в частности большинство рисков в области электронной коммерции [20].

Страховые компании в России бойкотируют продажу электронных полисов ОСАГО. Одни заявляют о таинственных технических сбоях, другие в открытую говорят о нежелании продавать полисы онлайн. Из 81 страховщика, торгующего ОСАГО, электронные полисы предлагают только 15, да и те работают с перебоями. Эксперты утверждают, что компании таким образом пытаются уйти из неприбыльных регионов [12].

Российский страховой рынок оказался в сложнейшей ситуации: темпы прироста взносов резко сократились, убыточность драматически выросла, а рентабельность собственных средств упала до минимального за последние пять лет значения.

Отечественная страховая отрасль словно чужая в глазах российской власти. Суды, «защищая» права потребителей, будто соревнуются между собой в принятии решений, отметающих правила страхования и условия договоров, общепринятые в мире нормы урегулирования страховых случаев.

Рассмотрение жизненно важных для отрасли вопросов, таких как повышение тарифов по ОСАГО и введение налоговых льгот в страховании жизни, постоянно откладывается [24].

В страховой отрасли по-прежнему много проблем, но, если их не решать с участием страхового сообщества и законодателей, рынок перейдет в фазу ухудшающего отбора.

В таком случае ненадежные и не ориентированные на долгосрочную работу и финансовую устойчивость компании будут получать все большую долю во взносах, а качество урегулирования убытков ухудшится.

Выдерживать такую нагрузку страховщикам всё тяжелее. Следствием этого является сокращение продаж полисов ОСАГО в наиболее убыточных сегментах и уход страховщиков из ряда субъектов РФ, что негативно сказывается на автовладельцах, которые зачастую испытывают трудности с заключением договоров [19].

**2.2 Оценка внедрения электронного полиса на рынке страховых услуг за рубежом**

Independent Insurance Agents of America (IIAA) – национальная ассоциация страховых агентов США. Руководство объединения вышло с предложением к страховым компаниям и компаниям-производителям систем интернет-страхования преобразовать форму представления информации с тем, чтобы агенты могли оперативно и в удобном виде отображать ее для посетителей сайтов.

В США существуют компании, которые осуществляют продажу полисов полностью через Интернет. При возникновении вопросов клиенты обычно могут воспользоваться услугами call-центра.

Согласно отчету компании «Celent» страховые компании продолжают увеличивать размеры средств, затрачиваемых на IT. 35 % страховых компаний направляют свои IT-бюджеты на новые проекты и инициативы, прежде всего сосредотачиваясь на улучшении качества обслуживания клиентов, уменьшении сроков доставки и сокращении затрат [5].

Зарождение рынка интернет-страхования произошло в Америке. Первыми, кто открывал свои интернет-представительства, были не сами страховые компании, а брокерские агентства, которые впоследствии превратились в порталы интернет-страхования.

Стали появляться компании, для которых работа с клиентами через Интернет стала приоритетным направлением. Самой известной компанией является «Ensurance». Значимым моментом в развитии интернет-страхования в США стали принятие закона об электронной цифровой подписи (далее ЭЦП) и развитие инфраструктуры для обслуживания ЭЦП. После этого страховые компании смогли отправлять полисы клиентам непосредственно по электронной почте, а не доставлять их по обычной почте или курьером.

Многие американские страховые компании, представленные в Интернете, оказывают спектр услуг, необходимых для покупки и обслуживания страхового полиса.

Клиенты компании могут заходить на персонифицированные страницы с целью проверки состояния действия страхового договора, для внесения очередной страховой премии или подачи заявления о страховом случае.

Лидерами интернет-продаж являлись полисы автострахования – 20% от общего числа продаж. Популярность финансовых Интернет-услуг в странах Западной Европы еще не достигла уровня США.

Согласно исследованиям компании «Datamonitor» единственной страной, входящей в Евросоюз, жители которой интересуются финансовыми интернет-услугами больше, чем в США, является Швеция [4].

В сфере интернет-услуг наиболее сильно в Западной Европе отстают такие страны, как Франция и Испания.

Основная часть компаний, предоставляющих подобные услуги в Европе, сосредоточена в Великобритании. Все страховые порталы нацелены на определенный вид услуг [21].

Особую роль на американском рынке занимают страховые порталы. Данные сетевые ресурсы предоставляют информацию от крупнейших страховых компаний.

Существуют порталы, которые объединяют малое количество страховых компаний, и порталы, ориентированные на определенные виды страховых услуг, которые объединяют компании, работающие в одной области страхования.

В Европе растет популярность Интернет-страхования. Основным препятствием к развитию рынка Интернет-страхования является отсутствие у пользователей веры в безопасность и сохранность в Интернете конфиденциальной информации.

В мире лишь за последние несколько лет появился новый вид страхования, связанный со страхованием рисков электронной коммерции, предлагаемый немногими международными страховым покрытием до 200 млн. долл. США, предусматривающий возмещение потерь, вызванных перерывами в работе Интернета или недоступностью сайта страхователя. В мире насчитывалось около ста полисов Net Secure страхования рисков, связанных с электронной коммерцией.

**3 Перспективы внедрения электронного страхового полиса**

**3.1 Основные направления совершенствования электронного страхового полиса**

Совершенствование онлайн-рынка страховых услуг предполагает разработку мер по развитию и совершенствованию законодательной базы в области страхования, и в частности создание правовых основ полноценного Интернет-страхования, детальная законодательная регламентация порядка его осуществления, а также обеспечение правовыми средствами информационной безопасности страховщиков и страхователей в сети Интернет [22].

Сегодня некоторые виды страхования потеряли актуальность, спрос на другие непредсказуемо резко вырос, покупательная способность упала, а бизнес-процессы большей частью перешли в онлайн. При этом, несмотря на вызовы, прогноз по развитию отрасли оптимистичен — согласно «Accenture», с 2020 по 2025 г. глобальный страховой рынок вырастет на $1,4 трлн, в том числе благодаря инновациям.

Преуспеют прежде всего компании, которые смогут вовремя адаптироваться к новой реальности, актуализировать свой портфель услуг, повысить эффективность коммуникаций и уровень клиентского сервиса с помощью цифровых решений. Именно технологии помогут как можно быстрее справиться с ситуацией: обеспечить цифровые продажи, оптимизировать процессы, расширить использование данных и аналитики для работы с клиентами.

Один из трендов – появление чат-ботов и голосовых помощников. С каждым годом эта технология совершенствуется. Всё зашло настолько далеко, что клиенты не могут отличить общение с настоящим консультантом от робота.

Взаимодействие с клиентом также улучшается через расширение возможностей заключения новых видов страховых договоров через Интернет, оплата платежей и урегулирование убытков при страховом случае, валидация клиентской базы и внедрение аналитического CRM, построение предикативных моделей и оптимизация процесса продажи продуктов.

Сегодня без информационных технологий просто невозможно достичь конкурентных преимуществ на рынке – высокой скорости вывода на рынок новых продуктов, технологичности и удобства клиентского сервиса и в то же время сохранения высокой операционной эффективности, но за короткое время невозможно автоматизировать все бизнес-процессы страховой компании.

Именно поэтому страховые компании пытаются автоматизировать рутинные процессы. Растет использование искусственного интеллекта (ИИ) для оптимизации таких процессов, как оценка и моделирование рисков, выявление мошенничества и андеррайтинг, а также для обеспечения более быстрого доступа к данным и более точной отчетности.

Одним из конкурентных преимуществ сегодня становится скорость разработки новых продуктов под решение совершенно новых запросов клиентов. Среди частных клиентов растет спрос на различное медицинское страхование, а среди бизнеса, по причине перевода многих процессов в цифровую среду, повышается актуальность страхования от кибератак.

Новые технологии позволяют создавать продукты таким образом, чтобы обслуживать клиентов «на их территории» и в удобное для них время. Меньше действий по заполнению персональной информации, использование логинов существующих Интернет-сервисов, голосовые помощники, социальные сети — все это дает возможность общаться с клиентами в привычном для них формате. Скорость реакции на обращение каждого покупателя становится главной целью цифровой трансформации.

**3.2 Проблемы внедрения электронного страхового полиса**

Несмотря на вышеперечисленные преимущества интернет-страхования, все же возникают определенные проблемы внедрения электронных полисов, заключения страховых договоров онлайн. Можно выделить внешние и внутренние проблемы развития интернет-страхования в России. К числу внешних причин относят отсутствие опыта интернет-покупок у большинства населения, низкая информационная грамотность, в особенности у старшего поколения, а также явно недоверчивое отношение большинства граждан к страховым агентам. Кроме того, возникают проблемы обеспечения информационной безопасности, а также безопасности платежных систем, используемых в сети Интернет: мошенничество с использованием Интернета стало принимать угрожающие размеры [13].

Среди внутренних барьеров выхода страховых компаний на рынок Интернет-страхования можно отметить большие первоначальные затраты на приобретение и настройку системы, высокие затраты на обучение персонала, его переподготовку, а также отсутствие необходимой инфраструктуры внутри самой компании.

Так или иначе, в настоящее время российский страховой рынок находится в процессе перехода на качественно новый этап своего развития. Несмотря на все вышеперечисленные проблемы внедрения электронного страхования, направления его развития соответствуют мировым тенденциям.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В настоящее время благодаря развитию информационных технологий желание цифровизировать всё возможное значительно выросло. Страховой полис не стал исключением. Так, в 21 веке электронное страхование активно используется. Это можно проследить, как по увеличенному спросу, так и по изменениям нормативно-правовых актов, в которых появляются новые пункты.

Некоторые виды страхования с использованием сети Интернет стали доступны относительно недавно. Но не все из них получается осуществлять в России, так как страховщики не могут найти общий язык с представителями власти. И хотя страховых компаний, предоставляющих данную услугу не так много, как могло бы быть, их клиенты могут не волноваться за качество их работы, ведь они присутствуют на рынке уже много лет и знают своё дело.

За рубежом Интернет-страхование достаточно сильно распространено, особенно в Америке. Особенно пользуются спросом автострахование и финансовые услуги. Существует огромное количество не просто сайтов, а целых порталов, на которых несколько страховых компаний работают в одной области страхования.

Основное предпочтение в развитии страховые компании отдают коммуникации с клиентом: чат-боты, голосовые помощники, искусственный интеллект – всё это позволяет улучшить работу и конкурировать страховым компаниями за спрос. Скорость реакции и клиентоориентированность – основные столпы работы современных компаний.

И хотя наблюдаются некоторые проблемы с недоверием к системе онлайн-страхования, мошенничество и сложности выхода на рынок страховых услуг, электронное страхование набирает всё большие обороты, а законодательная база постепенно дорабатывается, закрывая все проблемные места.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Большинство россиян готовы приобретать страховку в Интернете // Страхование в России. – URL: http://www.allinsurance.ru/biser.nsf/AllDocs/IUVKI1-93Y95L150113167?OpenDocument (дата обращения: 27.03.2023).

2. Бурлачка А.О. Этапы становления и развития организации страхового надзора в современной России / А.О. Бурлачка // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2014. – № 5 (48). – С. 3–10.

3. Виды электронного полиса в страховании. – URL: https://znanio.ru/media/elektronnaya-kommertsiya-v-strahovanii-2591673 (дата обращения: 11.05.2023).

4. Исследование Datamonitor. – URL: https://www.marketresearch.com/Datamonitor-v72/ (дата обращения: 23.04.2023).

5. Интервью с президентом Группы Ренессанс страхование Борисом Йорданом. – URL: http://www.renins.com/press/smi/item/12052011 (дата обращения: 30.03.2023).

6. Князева Е.Г. Страхование / Е.Г. Князева // Современные финансы и банковское дело. – 2019. – С. 223–224.

7. Козлов А.В. Интернет страхование в России / А.В. Козлов // Современные проблемы науки и образования. – 2010. – № 4 – С. 127–131.

8. Красильников О.Ю. Теория и практика развития интернет-страхования / О.Ю. Красильников, Е.В. Красильникова // Известия Саратовского университета. – 2015. – № 3. – С. 243–248.

9. Медицинское страхование в России. – URL: http://www.rosmedstrah.ru (дата обращения: 27.05.2023).

10. Мирошник С.В. Страховой надзор как правовая категория / С.В. Мирошник // Северо-Кавказский юридический вестник. – 2013. – № 3. – С. 89–95.

11. О форме договора страхования в Российской Федерации: федеральный закон от 26.01.1996 года № 14-ФЗ (ред. от 29.06.2015) – URL: <https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/f8d757bc122599aa0a3b99a028bec0c39791315b/> (дата обращения: 01.01.2022).

12. Общий обзор страхового рынка. – URL: http://www.raexpert.ru (дата обращения: 04.12.2023).

13. Оленева Г.В. Государственный контроль (надзор) в сфере страхового дела / Г.В. Оленева // Законность. – 2013. – № 8. – С. 40–42.

14. Об организации страхового дела в Российской Федерации: федеральный закон от 27.11.1992 года № 4015-1-ФЗ. – URL: <https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1307/> (дата обращения: 29.12.2022).

15. Об упразднении Федеральной службы по финансовым рынкам, изменении и признании утратившими силу некоторых актов Президента Российской Федерации: указ президента РФ от 25.07.2013 года №-645 – URL: https://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_149853/ (дата обращения: 15.05.2018).

16. Об утверждении Положения о Федеральной службе России по надзору за страховой деятельностью: постановление правительства РФ от 19.04.1993 года №-353 – URL: https://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_1850/ (дата обращения: 02.11.2021).

17. Об электронной подписи: федеральный закон от 06.04.2011 года № 63-Ф3 – URL: https://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_112701/ (дата обращения: 28.12.2022).

18. Хачатрян Т.Н. Интернет страхование / Т.Н. Хачатрян // Сервис в России и за рубежом. – 2007. – № 3.

19. Скамай Л.Г. Страхование: учебник и практикум для вузов / Л.Г. Скамай // Образовательная платформа Юрайт. — URL: https://urait.ru/bcode/468422 (дата обращения: 25.08.2022).

20. Суринов А.Е. Экономическая статистика в страховании: учебник для академического бакалавриата / А.Е. Суринов. – М.: Юрайт, 2019.

21. Шаталова Т.Н. Зарубежное страхование / Т.Н. Шаталова, Л.М. Садыкова // Бибком. – 2006. – С. 173–175.

22. Шарифьянова З.Ф. Страховое дело: учебное пособие / З.Ф. Шарифьянова. – М.: Прометей, 2018.

23. Яковлева Т.А. Страхование: учебное пособие / Т.А. Яковлева, О.Ю. Шевченко. – М.: Юристъ, 2003.

24. Якушев Ю.В. Государственное социальное страхование в России / Ю.В. Якушев. – М.: Профиздат, 1998.