

Международный научно-исследовательский журнал

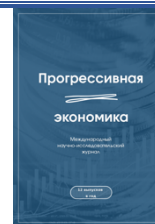
«Прогрессивная экономика»

Научная статья / Original article https://progressive-economy.ru/vypusk_1/osnovnye-inicziativy-transformaczii-strahovogo-rynka-krasnodarskogo-kрая-na-materialah-czb-rf/

Шифр научной специальности ВАК: 5.2.3

УДК 386.01:004.9

DOI: 10.54861/27131211_2026_10_152



ОСНОВНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ ТРАНСФОРМАЦИИ СТРАХОВОГО РЫНКА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ НА МАТЕРИАЛАХ ЦБ РФ

Кузнецов С.М., аспирант, Краснодарский кооперативный институт,
г. Краснодар, Россия

350049, Краснодар, ул. им. Митрофана Седина, 168/1

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-5570-4581>

e-mail: crksm7@gmail.com

Коломыц О.Н., кандидат социологических наук, доцент,
Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и
туризма, г. Краснодар, Россия

350015, Краснодар, ул. Буденного, 161

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5456-3165>

e-mail: ksu_berimor@mail.ru

Аннотация. Цель исследования – провести комплексный анализ процессов цифровой трансформации страхового рынка (на примере Южного федерального округа и Краснодарского края) и на основе сопоставления макроэкономической статистики с результатами авторского социологического опроса выявить ключевые барьеры, преимущества и потребительские предпочтения при использовании электронных страховых сервисов для разработки рекомендаций по повышению их эффективности. В статье исследуются процессы системной цифровизации и технологической трансформации регионального страхового рынка на примере Южного федерального округа и Краснодарского края. Авторами проанализирована нормативно-правовая база, регламентирующая внедрение цифровых инициатив в страховой сектор, и выделены ключевые признаки трансформации отрасли. На основе статистических данных Банка России и профессиональных объединений страховщиков за 2022–2025 гг. проведена сравнительная оценка динамики заключения договоров и проникновения электронных продаж (е-ОСАГО). Особое место в работе занимает эмпирический анализ потребительского поведения, осуществленный на основе авторского социологического опроса населения Краснодарского края. В данном исследовании рассматривается и



определяется цифровое страхование, структура каналов продаж, приоритетные направления развития цифровых сервисов. Вышесказанное подчеркнуто выводом о роли регионов как драйвера цифровизации страховых услуг В РФ. Также предложены практические рекомендации для страховых компаний по развитию гибридных каналов взаимодействия и повышению прозрачности условий.

Ключевые слова: цифровая инициатива, трансформация, социологический опрос, страховой рынок, Краснодарский край, электронный полис страхования.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Кузнецов С.М., Коломыц О.Н. Основные инициативы трансформации страхового рынка Краснодарского края на материалах ЦБ РФ // Прогрессивная экономика. 2026. № 10. С. 152–166. https://doi.org/10.54861/27131211_2026_10_152.

Статья поступила в редакцию: 05.09.2026 г. Одобрена после рецензирования: 07.10.2026 г. Принята к публикации: 11.10.2026 г.

KEY INITIATIVES FOR TRANSFORMING THE INSURANCE MARKET OF KRASNODAR KRAI: AN ANALYSIS BASED ON CENTRAL BANK OF RUSSIA DATA

*Kuznetsov S.M., Postgraduate Student, Krasnodar Cooperative Institute,
Krasnodar, Russia*

350049, Krasnodar, Mitrofan Sedin St., 168/1

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-5570-4581>

e-mail: crksm7@gmail.com

*Kolomyts O.N., Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor,
Kuban State University of Physical Culture, Sports and Tourism*

350015, Krasnodar, Budennogo St., 161

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5456-3165>

e-mail: ksu_berimor@mail.ru

Abstract. The aim of the study is to conduct a comprehensive analysis of digital transformation processes within the insurance market (using the Southern Federal District and Krasnodar Krai as case studies). By comparing macroeconomic statistics with the results of an original sociological survey, the study identifies key barriers, advantages, and consumer preferences regarding the use of electronic insurance services, ultimately offering recommendations to enhance their effectiveness. The article examines the systemic digitalization and technological transformation of the regional insurance market, focusing on the Southern Federal District and Krasnodar Krai. The author analyzes the regulatory framework governing the



implementation of digital initiatives in the insurance sector and highlights key indicators of the industry's transformation. Based on statistical data from the Bank of Russia and professional insurance associations for the period 2022–2025, a comparative assessment is conducted regarding contract issuance trends and the market penetration of electronic sales (specifically e-OSAGO). A significant portion of the study is dedicated to an empirical analysis of consumer behavior, based on an original survey of the population in Krasnodar Krai. The research defines digital insurance and examines the structure of sales channels and priority areas for the development of digital services. The study underscores the role of regions as drivers of insurance service digitalization in the Russian Federation. Additionally, practical recommendations are proposed for insurance companies to develop hybrid interaction channels and increase the transparency of policy terms.

Keywords: digital initiative, transformation, sociological survey, insurance market, Krasnodar Krai, electronic insurance policy.

JEL classification: G22, G28, R11.

Conflict of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

For citation: Kuznetsov S.M., Kolomyts O.N. (2026). Osnovnye initsiativy transformatsii strakhovogo rynka Krasnodarskogo kraya na materialakh TSB RF [Key initiatives for transforming the insurance market of Krasnodar Krai: an analysis based on Central Bank of Russia data]. *Progressivnaya ekonomika [Progressive Economy]*, 10, 152–166. https://doi.org/10.54861/27131211_2026_10_152. (In Russ., abstract in Eng.)

The article was submitted to the editorial office: 05/09/2026. Approved after review: 07/10/2026. Accepted for publication: 11/10/2026.

Введение

Цифровая трансформация страхования выходит за рамки перевода отдельных операций в электронный формат. Затрагиваются процессы продаж, коммуникации с клиентом, урегулирование. Вместе с этим страховой рынок преодолевает ключевые барьеры: доверие потребителей и экономическую обоснованность всех процессов. Ключевая проблема состоит в устойчивом недоверии потребителей к новым технологиям продаж и системе урегулирования убытков, а также тот фактор, что страхование – дорогая услуга. Эта ситуация усугубляется ограниченной платежеспособностью большинства населения. При этом распространенное объяснение низкого спроса исключительно недостатком финансовой грамотности представляется упрощенным и не позволяет выработать эффективные решения. Комплексный анализ процессов цифровой трансформации страхового рынка позволит подтвердить ключевые барьеры и выявить рекомендации по повышению эффективности бизнес-процессов страхования

Обзор литературы

Понятие цифровизации страхового рынка анализировали многие исследователи. Так в работах В. А. Горбач [10] рассматривает понятие InsurTech, как драйвер трансформации страхования и выделяет правовые, инфраструктурные и образовательные барьеры. В научном труде Н. В.



Кириллова и О. Д. Мединец [11] изучено внедрение новых технологий в создание и дистрибуцию страховых продуктов. Автор Д. А. Леонтьев [13] анализирует роль искусственного интеллекта в цифровой трансформации страховой отрасли. Так Д. В. Брызгалов и А. А. Цыганов [19] в своих трудах исследуют потребительские предпочтения и их влияние на цифровизацию продаж. Рассмотренная работа Н. Н. Никулиной, С. В. Березиной и М. Е. Шашкиной [12] позволяет ознакомиться с анализом новой парадигмы цифрового маркетинга в страховании. Р. Т. Юлдашев и И. Л. Логвинова [14] определяют возможные траектории развития российского страхования. А. В. Румянцева и Е. И. Румянцева [15] изучают социально-экономические аспекты и инструменты продвижения страховых услуг. Н. В. Кучерова [18] выделяет тенденции цифрового маркетинга в страховании. Карташова К. А [16] описывает конкурентоспособность региона.

Анализ научных источников показал, что цифровизация страхового рынка представляет собой многогранный процесс, охватывающий технологические, экономические, правовые и социальные аспекты. Методологи, авторы и исследователи подчеркивают, что трансформации страховых компаний приносят преимущества в их работу в виде снижения операционных издержек, улучшение качества обслуживания клиентов, разработка новых каналов продаж и создание новых страховых продуктов. Также особое внимание уделяют трудности страховщиков: цифровая грамотность населения требует проработки со стороны страховых компаний, приверженность традиционным формам покупки полисов, проблемы с инфраструктурой, фрагментированность правового поля.

Материалы и методы

Период анализа статистических показателей охватывает 2021–2025 гг. Информационную базу составили статистические материалы Банка России, а также научные публикации по цифровой трансформации страхования. Использованы методы структурного и динамического анализа для оценки изменения каналов продаж, сравнительный анализ для сопоставления цифровой зрелости страховщиков и содержательный анализ нормативных требований к раскрытию информации.

Результаты и обсуждение

Системная цифровизация сферы страховых услуг Краснодарского края обусловлена совокупностью социальных и экономических факторов, воздействующих на весь региональный страховой рынок. Данная совокупность носит долгосрочные кропотливые изменения, связанные с изменениями бизнес-процессов, изменением приоритетов потребителей. Рассмотрим основные инициативы трансформации страхования в условиях цифровизации.



Таблица 1

Законодательные инициативы цифровизации страхования

Table 1

Legislative initiatives for digitalization of insurance

Источник	Законодательная инициатива
О внесении изменений в части первую, вторую, и статью 1124 части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации: Федеральный закон от 18.03.2019 № 34-ФЗ	Обеспечивается качество посреднических услуг
Об организации страхового дела в РФ: Федеральный закон от 27.11.1992 № 4015-1 (ред. От 02.07.2021)	Статья 6.1. Особенности обмена информацией в электронной форме
О внесении изменений в приказ Фонда социального страхования РФ от 12.02.2010 № 19: Приказ Фонда социального страхования РФ от 21.03.2011 № 53	Обеспечение удаленной идентификации
Федеральный закон от 14.07.2022 № 327-ФЗ (поправки от 15 июля 2023)	Удаленное урегулирование убытков позволяющее автомобилистам урегулировать страховые случаи через интернет. С 1 января 2025 года страховые компании обязаны предоставить клиентам инструменты для удаленной подачи заявлений
Федеральный закон от 29.12.2022 № 572-ФЗ	Регулирование идентификации граждан с использованием ЕБС

Источник: составлено авторами по материалам справочно-правовой системы консультант Плюс

Source: compiled by the authors based on the materials of the Consultant Plus legal reference system

Данные цифровые инициативы на уровне законодательства повлекут и корректировки в бизнес-процессах. На рисунке 1 ниже представлены цифровые инициативы в бизнес-процессы страховых компаний, которые позволяют выйти на новые возможности взаимодействия страховых компаний и клиентов.

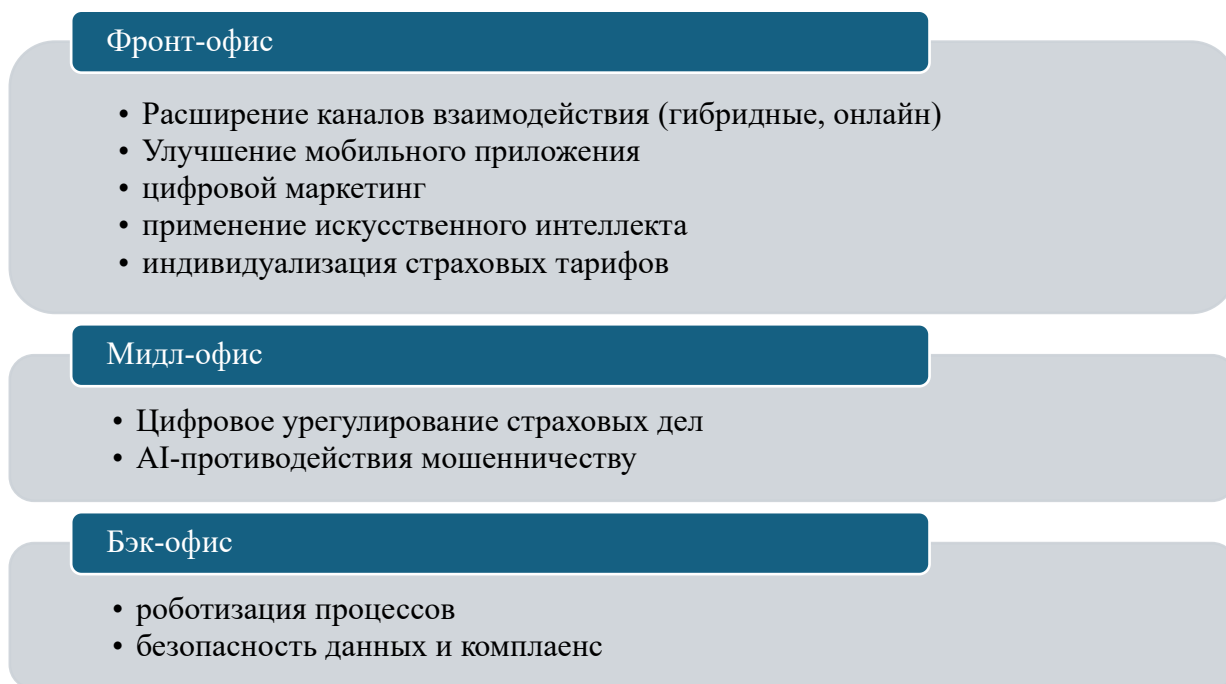


Рис. 1. Цифровые инициативы в страховании

Источник: составлено авторами

Fig. 1. Digital initiatives in insurance

Source: compiled by the authors

Предоставленная на рисунке схема цифровых инициатив в последние годы в страховых компаниях структурируется на 3 блока офисов: фронт, мидл, бэк. Инвестиции и реализации такого подхода позволяют создавать бесшовного клиентского пути, сокращения операционных расходов и улучшение урегулирования убытков. В рамках Фронт-офиса ключевой инициативой выступает развитие онлайн-платформ продаж и мобильных приложений, на данный момент идентификация внутри происходит через ГосУслуги. Это позволяет клиентам дистанционно подтверждать личность для оформления сложных полисов.

В страховании под влиянием цифровизации можно выделить пять основных изменений. Первое связано с поведением потребителей. Клиенты всё чаще взаимодействуют со страховой компанией через цифровые каналы: выбирают продукт, оформляют полис и получают сопутствующие услуги онлайн. Для страховщиков это означает необходимость перестраивать привычные способы работы с клиентами. Одновременно меняются внутренние бизнес-процессы страховых компаний. Часть операций переносится в цифровую среду, а продажа страховых продуктов всё чаще связана с маркетплейсами и другими платформами. В результате страховая услуга может предлагаться вместе с другими товарами и услугами непосредственно в момент их приобретения.

Изменения затрагивают и технологическую основу страхового бизнеса. Страховщики используют облачные технологии, интернет вещей и комплексные цифровые решения для сбора и обработки данных. За счёт этого отдельные этапы работы с клиентом — от оформления договора до урегулирования страхового случая — могут выполняться в цифровом формате. Параллельно меняется регулирование страхового рынка. Развитие цифровых страховых продуктов требует соответствующих изменений нормативной базы, а надзорные органы переводят часть взаимодействия с участниками рынка и обработки информации в электронную форму.

Отдельное направление связано с искусственным интеллектом, нейросетевыми технологиями и новыми методами анализа данных. Их применение меняет подходы к оценке рисков, работе с большими массивами информации и автоматизации отдельных операций. Эти процессы становятся предметом исследований цифровой и платформенной экономики. В результате цифровизация затрагивает конкретные этапы страховой деятельности: способ продажи полиса, получение и обработку данных о страхователе, оценку риска, сопровождение договора и урегулирование страхового случая. Поэтому различия между страховщиками всё в большей степени определяются тем, какие из этих операций уже переведены в цифровую среду и насколько они связаны между собой в рамках единого процесса обслуживания клиента.

На уровне отдельных федеральных округов эти изменения проявляются в динамике страхового рынка. По данным Банка России, представленным в таблице 2, в Южном федеральном округе увеличивается количество заключённых договоров страхования. Такая динамика позволяет оценить, как меняются масштабы страховой деятельности в округе и какие сегменты обеспечивают рост числа договоров. За период количество заключённых договоров страхования в ЮФО вырос на 17,26%, однако этот рост крайне неравномерен по субъектам. Имеется высокая концентрация рынка, более половины договоров ЮФО приходится на Краснодарский край. Лидеры рынка: Краснодарский край, Ростовская область, Волгоградская область.

Таблица 2

Количество заключенных договоров страхования в ЮФО, ед.

Table 2

Number of insurance contracts concluded in the Southern Federal District, units

Наименование / год	2022	2023	2024	2025	Доля от общего кол-ва в 2025 г, %	Динамика 2025/2022, %
Республика Адыгея	142 732	159 647	155 551	226 446	1,97	+58,65
Республика Калмыкия	80 135	101 914	94 167	124 714	1,08	+55,63
Республика Крым	1 035 389	1 245 016	1 090 723	1 124 714	9,78	+8,63
Краснодарский край	3 611 375	5 282 181	5 710 183	5 297 944	46,05	+46,70
Астраханская область	418 307	475 209	556 509	625 033	5,43	+49,42
Волгоградская область	1 023 874	1 171 358	1 114 889	1 334 628	11,60	+30,35
Ростовская область	3 163 523	2 282 517	2 313 759	2 565 646	22,30	-18,90
город Севастополь	336 136	218 857	192 193	206 013	1,79	-38,71
Южный Федеральный округ (всего)	9 811 471	10 936 699	11 227 974	11 505 170	100	+17,26

Источник: статистические данные ЦБ РФ

Source: statistical data of the Central Bank of the Russian Federation

Краснодарский край опережает другие регионы ЮФО как по общему количеству заключённых договоров страхования, так и по объёму продаж через цифровые каналы.

Таблица 3

Сравнение с общероссийскими трендами

Table 3

Comparison with national trends

Показатель	РФ	ЮФО	Краснодарский край
Рост договор 2025/2022	+33,96	+17,26%	+46,70%
Доля электронных продаж в 2025	73,60%	78,35%	39,46%
Продажи е-ОСАГО	39,9 млн. шт.	Примерно 2,86 млн. шт.	2,1 млн. шт.

Источник: статистические данные ЦБ РФ

Source: statistical data of the Central Bank of the Russian Federation



Для оценки того, как эти изменения отражаются на поведении потребителей, автором проведён социологический опрос населения Краснодарского края (см. рис. 2). Отдельное внимание уделялось тому, какими способами жители приобретают страховые продукты и насколько востребованным остаётся непосредственное общение со специалистами страховых компаний. По результатам опроса выявлены следующие тенденции.

1. Наиболее распространёнными среди респондентов остаются виды страхования, связанные с автотранспортом, прежде всего ОСАГО и добровольное страхование КАСКО.

2. Расширение онлайн-продаж не привело к отказу от традиционных способов взаимодействия со страховыми компаниями. Часть респондентов предпочитает личное общение со специалистом и возможность получить консультацию непосредственно при выборе или оформлении страхового продукта.

3. Цифровые инструменты уже используются респондентами на отдельных этапах приобретения страховых услуг. В частности, востребованы онлайн-калькуляторы, которые позволяют самостоятельно рассчитать стоимость страхования до оформления полиса. При этом 30 участников опроса указали, что считают современные цифровые платформы безопасными и надёжными. Полученные ответы показывают, что распространение онлайн-сервисов сочетается с сохраняющимся спросом на персональную консультацию.

Сайт страховой компании и мобильное приложение выявили равенство между собой, а именно по 10 респондентов используют данную технологию для покупки страховых полисов. Также необходимо подчеркнуть явно выявленные проблемы, с которыми столкнулись клиенты, из них выделены зоны улучшения для страховых компаний, а именно повысить понятность, доступность, подробность информации за счет ключевого информационного документа, также модернизировать интерфейс онлайн-платформ.

Данное распределение ответов указывает на то, что ключевой запрос современных страхователей лежит не в плоскости технического доступа, а в плоскости когнитивного удобства (информационной ясности) при взаимодействии с цифровыми экосистемами.

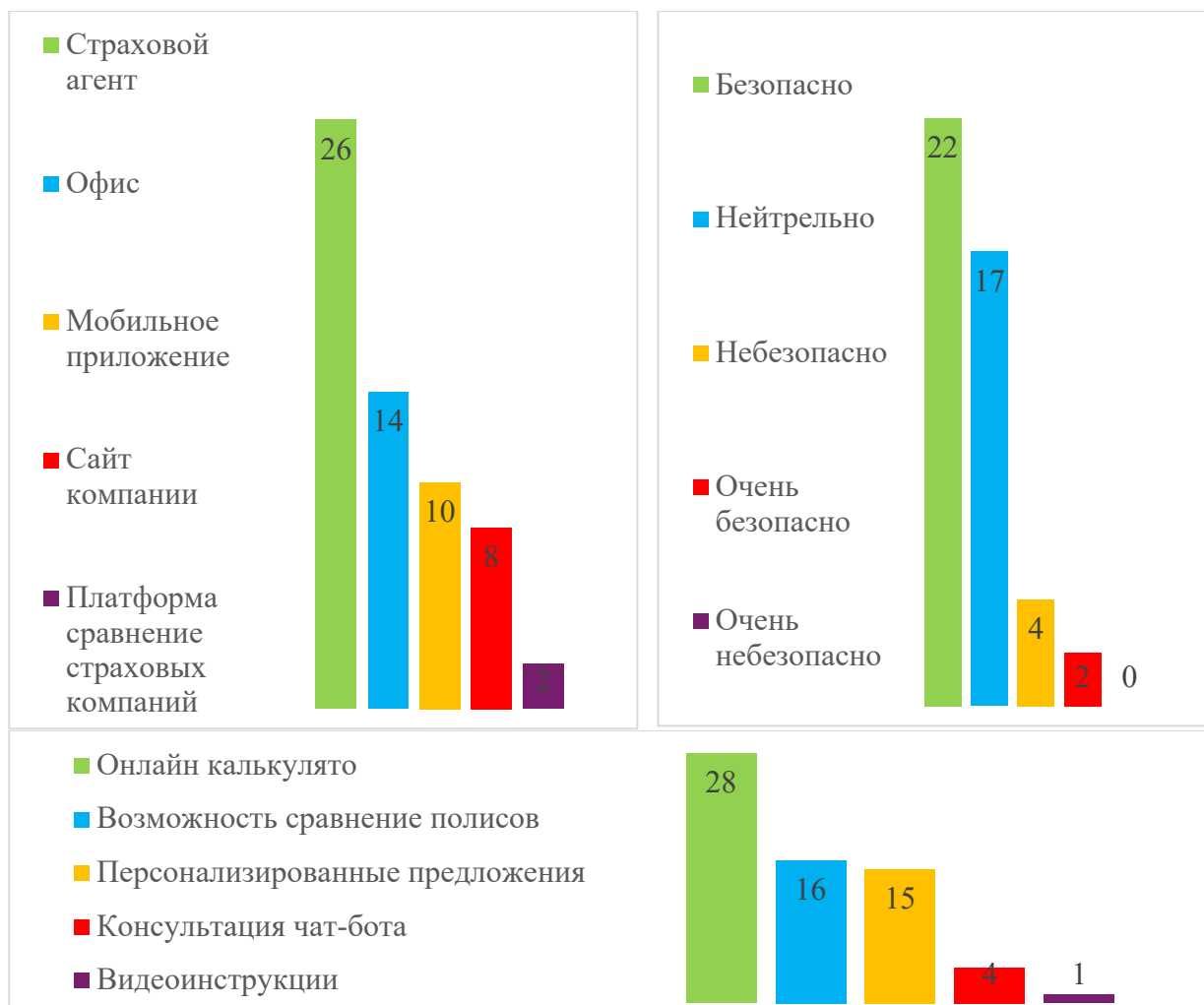


Рис. 2. Социологический опрос (3 основных вопроса)

Источник: статистические данные ЦБ РФ

Fig. 2. Sociological survey (3 main questions)

Source: statistical data of the Central Bank of the Russian Federation

Заключение

На основе рассмотренных инициатив страхового рынка выявлено, что изменения в законодательстве, влекут за собой изменения в бизнес-процессах страховых компаниях, так страховые компании развивают 3 направления офиса: фронт, мидл, бэк. Анализ региона ЮФО и Краснодарского края показал рост в сегменте страхования, так за период количество заключенных договоров страхования в ЮФО вырос на 17,26%. Определена высокая концентрация рынка, более половины договоров ЮФО приходится на Краснодарский край. Лидеры рынка: Краснодарский край, Ростовская область, Волгоградская область. Краснодарский край демонстрирует опережающую динамику как по общему количеству договоров, так и по цифровым каналам продаж. Проведенный социологический опрос позволил выявить ряд

устойчивых тенденций, а именно популярность и массовость автотранспортного страхования и традиционную форму покупки полисов через живой контакт.

На основе сопоставления макроэкономической статистики и результатов социологического исследования автором предложены следующие рекомендации для участников регионального страхового рынка:

1. Развивать цифровые каналы продаж и обслуживания клиентов. Рост доли электронных полисов показывает, что всё больше страхователей готовы приобретать страховые продукты дистанционно. Поэтому страховым компаниям целесообразно расширять возможности фронт-офиса, прежде всего в части оформления полиса и сопровождения клиента в цифровой среде.

2. Сохранить возможность непосредственного общения клиента со специалистом при дистанционном обслуживании. Результаты опроса показали, что для страхователей имеет значение консультация с сотрудником компании. Одним из решений может стать онлайн-консультация по аналогии с сервисами телемедицины, когда клиент получает помощь специалиста без посещения офиса.

3. Сделать информацию о страховых продуктах и порядке урегулирования страховых случаев более понятной для клиента. Для этого предлагается доработать мобильные приложения страховых компаний и пересмотреть содержание ключевых информационных документов: сократить сложные формулировки, понятнее изложить условия страхования и отдельно описать действия страхователя при наступлении страхового случая.

Литература

1. Обзор Банка России «Страховой рынок: итоги 2024 года». М.: ЦБ РФ, 2025. URL:

2. Федеральный закон от 18.03.2019 № 34-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и статью 1124 части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации» // СПС Консультант Плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_320398/.

3. Федеральный закон от 27.11.1992 № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» // СПС Консультант Плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1307/.

4. Федеральный закон от 14.07.2022 № 327-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СПС Консультант Плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_421909/.

5. Федеральный закон от 31.07.2020 № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СПС Консультант Плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358753/.



6. Данные Российского союза автостраховщиков (РСА) по электронному ОСАГО за 2022–2024 гг.
7. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС). URL: <https://fedstat.ru>.
8. Цифровая зрелость страховых компаний 2024. Ежегодное исследование агентства цифрового аудита SDI360. URL: <https://sdi360.ru/insurance24>.
9. Отчёты и обзоры рейтинговых агентств Эксперт РА. URL: https://raexpert.ru/database/companies/otkrytye_tehnologii-98/mentions/.
10. Горбач В.А. Рынок InsurTech как инновационный драйвер в сфере страхования // Проблемы экономики и юридической практики. 2026. Т. 22. № 3. С. 80–87.
11. Кириллова Н.В., Мединец О.Д. Новые технологии российских страховщиков в бизнес-процессах создания и дистрибуции страховых продуктов и услуг // Экономика. Информатика. 2025. Т. 52. № 3. С. 612–622.
12. Никулина Н.Н., Березина С.В., Шашкина М.Е. Новая парадигма цифрового маркетинга в страховании // Страховое дело. 2018. № 6 (303). С. 57–62.
13. Леонтьев Д. А. Опыт СОГАЗ по интеграции искусственного интеллекта в добровольном медицинском страховании как фактор повышения эффективности страхового сектора // Финансовый менеджмент. 2025. № 5. С. 30–38.
14. Юлдашев Р.Т., Логвинова И.Л. Страхование в современной России: возможные траектории развития // Страховое дело. 2019. № 6 (315). С. 3–15.
15. Румянцева А.В., Румянцева Е.И. Социально-экономические аспекты развития страхового рынка: современные инструменты продвижения // Дискуссия. 2019. № 93. С. 28–36.
16. Карташов К. А., Горлачев П. В., Гладышева Э. Г. Управление конкурентоспособностью региона // Краснодар: Индивидуальный предприниматель Кабанова Юлия Ивановна (Издательство "Новация"), 2019. 204 с
17. Шишкин В. О., Иванова Н. А., Тляшок З. Х. Оценка эффективности инвестиционных проектов в условиях неполной определенности исходных данных // Труды Кубанского государственного аграрного университета. 2007. № 8. С. 41–43.
18. Кучерова Н. В. Тенденции развития страхового маркетинга в России // Известия Оренбургского государственного университета. 2021. № 27. С. 11–13.
19. Брызгалов Д. В., Цыганов А. А. Потребительские ограничения цифровизации страхового рынка и направления их преодоления // Проблемы прогнозирования. 2022. № 5 (194). С. 107–117



References

1. Obzor Banka Rossii «Strakhovoi rynek: itogi 2024 goda» [Bank of Russia review “Insurance market: Results of 2024”]. (2025). Moscow: Bank Rossii [Bank of Russia]. (In Russ.)
2. Federal’nyi zakon ot 18.03.2019 No. 34-FZ «O vnesenii izmenenii v chasti pervuyu, vtoruyu i stat’yu 1124 chasti tret’ei Grazhdanskogo kodeksa Rossiiskoi Federatsii» [Federal Law No. 34-FZ dated March 18, 2019 “On amendments to Parts One and Two and Article 1124 of Part Three of the Civil Code of the Russian Federation”]. SPS «Konsul’tantPlyus» [ConsultantPlus]. Retrieved from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_320398/. (In Russ.)
3. Federal’nyi zakon ot 27.11.1992 No. 4015-1 «Ob organizatsii strakhovogo dela v Rossiiskoi Federatsii» [Federal Law No. 4015-1 dated November 27, 1992 “On the organization of insurance business in the Russian Federation”]. SPS «Konsul’tantPlyus» [ConsultantPlus]. Retrieved from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1307/. (In Russ.)
4. Federal’nyi zakon ot 14.07.2022 No. 327-FZ «O vnesenii izmenenii v otdel’nye zakonodatel’nye akty Rossiiskoi Federatsii» [Federal Law No. 327-FZ dated July 14, 2022 “On amendments to certain legislative acts of the Russian Federation”]. SPS «Konsul’tantPlyus» [ConsultantPlus]. Retrieved from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_421909/. (In Russ.)
5. Federal’nyi zakon ot 31.07.2020 No. 259-FZ «O tsifrovyykh finansovykh aktivakh, tsifrovoi valyute i o vnesenii izmenenii v otdel’nye zakonodatel’nye akty Rossiiskoi Federatsii» [Federal Law No. 259-FZ dated July 31, 2020 “On digital financial assets, digital currency and amendments to certain legislative acts of the Russian Federation”]. SPS «Konsul’tantPlyus» [ConsultantPlus]. Retrieved from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358753/. (In Russ.)
6. Rossiiskii soyuz avtostrakhovshchikov (RSA). Dannye po elektronnomu OSAGO za 2022–2024 gg. [Russian Association of Motor Insurers (RAMI). Data on electronic compulsory motor third-party liability insurance for 2022–2024]. (In Russ.)
7. Edinaya mezhvedomstvennaya informatsionno-statisticheskaya sistema (EMISS) [Unified Interdepartmental Information and Statistical System (EMISS)]. Retrieved from: <https://fedstat.ru>. (In Russ.)
8. Tsifrovaya zrelost’ strakhovykh kompanii 2024. Ezhegodnoe issledovanie agentstva tsifrovogo audita SDI360 [Digital maturity of insurance companies 2024. Annual study by the digital audit agency SDI360]. Retrieved from: <https://sdi360.ru/insurance24>. (In Russ.)
9. Otchety i obzory reitingovogo agentstva «Ekspert RA» [Reports and reviews of the Expert RA rating agency]. Retrieved from:



https://raexpert.ru/database/companies/otkrytye_tehnologii-98/mentions/. (In Russ.)

10. Gorbach V.A. (2026). Rynok InsurTech kak innovatsionnyi draiver v sfere strakhovaniya [InsurTech market as an innovative driver in the insurance sector]. Problemy ekonomiki i yuridicheskoi praktiki [Economic Problems and Legal Practice], 22(3), 80–87. (In Russ., abstract in Eng.)

11. Kirillova N.V., Medinets O.D. (2025). Novye tekhnologii rossiiskikh strakhovshchikov v biznes-protsessakh sozdaniya i distributsii strakhovykh produktov i uslug [New technologies of Russian insurers in business processes of creation and distribution of insurance products and services]. Ekonomika. Informatika [Economics. Information Technologies], 52(3), 612–622. (In Russ., abstract in Eng.)

12. Nikulina N.N., Berezina S.V., Shashkina M.E. (2018). Novaya paradigma tsifrovogo marketinga v strakhovanii [A new paradigm of digital marketing in insurance]. Strakhovoe delo [Insurance Business], 6(303), 57–62. (In Russ., abstract in Eng.)

13. Leont'ev D.A. (2025). Opyt SOGAZ po integratsii iskusstvennogo intellekta v dobrovol'nom meditsinskom strakhovanii kak faktor povysheniya effektivnosti strakhovogo sektora [SOGAZ experience in integrating artificial intelligence into voluntary health insurance as a factor in improving the efficiency of the insurance sector]. Finansovyi menedzhment [Financial Management], 5, 30–38. (In Russ., abstract in Eng.)

14. Yuldashev R.T., Logvinova I.L. (2019). Strakhovanie v sovremennoi Rossii: vozmozhnye traektorii razvitiya [Insurance in modern Russia: Possible development trajectories]. Strakhovoe delo [Insurance Business], 6(315), 3–15. (In Russ., abstract in Eng.)

15. Rumyantseva A.V., Rumyantseva E.I. (2019). Sotsial'no-ekonomicheskie aspekty razvitiya strakhovogo rynka: sovremennye instrumenty prodvizheniya [Socio-economic aspects of insurance market development: Modern promotion tools]. Diskussiya [Discussion], 93, 28–36. (In Russ., abstract in Eng.)

16. Kartashov K.A., Gorlachev P.V., Gladysheva E.G. (2019). Upravlenie konkurentosposobnost'yu regiona [Regional competitiveness management]. Krasnodar: Individual'nyi predprinimatel' Kabanova Yuliya Ivanovna (Izdatel'stvo «Novatsiya»), 204 p. (In Russ.)

17. Shishkin V.O., Ivanova N.A., Tlyashok Z.Kh. (2007). Otsenka effektivnosti investitsionnykh proektov v usloviyakh nepolnoi opredelennosti iskhodnykh dannykh [Evaluation of investment project efficiency under incomplete certainty of initial data]. Trudy Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta [Proceedings of the Kuban State Agrarian University], 8, 41–43. (In Russ., abstract in Eng.)

18. Kucheroва N.V. (2021). Tendentsii razvitiya strakhovogo marketinga v Rossii [Trends in the development of insurance marketing in Russia]. Izvestiya

Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta [Proceedings of Orenburg State University], 27, 11–13. (In Russ., abstract in Eng.)

19. Bryzgalov D.V., Tsyganov A.A. (2022). Potrebitel'skie ograniceniya tsifrovizatsii strakhovogo rynka i napravleniya ikh preodoleniya [Consumer constraints on the digitalization of the insurance market and ways to overcome them]. Problemy prognozirovaniya [Studies on Russian Economic Development], 5(194), 107–117. (In Russ., abstract in Eng.)

© Кузнецов С.М. Коломыц О.Н., 2026

