**Федеральное государственное автономное образовательное**

**учреждение высшего образования**

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»**

**Высшая школа бизнеса**

**КУРСОВОЙ ПРОЕКТ**

«SWOT-анализ компании ООО СК "Росгосстрах Жизнь"»

по направлению подготовки 38.03.02«Бизнес-информатика» образовательная программа «Бизнес-информатика»

Выполнил:

Патаев Арслан Зольванович, 221

Руководитель курсового проекта:  
Аспирант, Маликов Тимур Равилевич

Курсовой проект   
соответствует / не соответствует требованиям *(нужное подчеркнуть)*

**Оглавление**

[Введение 3](#_Toc136457505)

[Краткая информация о компании 5](#_Toc136457506)

[Описание анализируемой компании и ее макросреды 6](#_Toc136457507)

[PESTEL-анализ 6](#_Toc136457508)

[5 сил Портера 9](#_Toc136457509)

[КФУ 11](#_Toc136457510)

[Сравнение конкурентов 12](#_Toc136457511)

[Первичный SWOT-анализ 13](#_Toc136457512)

[Матрица первичного анализа 13](#_Toc136457513)

[Проведем оценку значимости параметров анализа. 13](#_Toc136457514)

[Поэлементный SWOT-анализ 17](#_Toc136457515)

[Заключение 18](#_Toc136457516)

[Список литературы 19](#_Toc136457517)

[ПОДТВЕРЖДЕНИЕ оригинальности текста курсового проекта 20](#_Toc136457518)

[ПОДТВЕРЖДЕНИЕ равноценности вклада в курсовой проект 21](#_Toc136457519)

# Введение

В рамках данного курсового проекта был проведен SWOT-анализ страховой компании с целью оценки ее текущего положения на рынке. Целью проекта является выявление сильных и слабых сторон страховой компании, а также возможностей и угроз, которые она может столкнуться в своей деятельности на рынке.

Выбор страховой компании для проведения SWOT-анализа был осуществлен на основе ряда факторов, которые были учтены при составлении списка потенциальных кандидатов. Один из главных факторов – это популярность и известность компании, которая говорит о том, что она имеет значительный рыночный потенциал и может быть представительной для анализа.

Для выбора конкретной страховой компании были учтены следующие факторы:

1. Репутация компании на рынке. Было решено выбрать страховую компанию “Росгосстрах Жизнь” с хорошей репутацией на рынке, у которой есть определенный опыт работы и которая демонстрирует стабильность и надежность в своей деятельности.
2. Наличие информации о компании. Для проведения анализа необходима доступная и полная информация о компании, ее деятельности, финансовых показателях, рыночной позиции и т.д.
3. Доступность и открытость. Компания должна быть открытой и доступной для проведения исследования.

Исходя из данных факторов, была выбрана страховая компания “Росгосстрах Жизнь”, которая соответствует всем вышеперечисленным критериям. Это позволяет произвести наиболее полный и достоверный анализ.

Рынок страхования жизни в России претерпевает изменения, и компании, которые не приспосабливаются к изменяющимся условиям, могут потерять своих клиентов и рыночную долю. Проведение SWOT-анализа поможет компании "Росгосстрах жизнь" определить свои сильные стороны, такие как высокое качество услуг и надежность, а также слабые стороны, такие как высокие цены на услуги и недостаточная эффективность маркетинговых кампаний. Это поможет компании принимать обоснованные решения и разрабатывать стратегии, направленные на укрепление ее позиций на рынке страхования жизни в России. Таким образом, проведение SWOT-анализа для страховой компании "Росгосстрах жизнь" является важным и актуальным шагом для определения ее текущего положения на рынке и выявления потенциальных возможностей и рисков. Это позволит компании разрабатывать эффективные стратегии для укрепления ее конкурентоспособности и повышения уровня удовлетворенности клиентов.

Цель курсового проекта "SWOT-анализ страховой компании "Росгосстрах жизнь"" - провести полный анализ текущего положения компании на рынке страхования жизни в России с использованием метода SWOT.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

1. Изучение основных тенденций и трендов на рынке страхования жизни в России. Анализ текущего положения на рынке позволит определить основные факторы, влияющие на деятельность компании "Росгосстрах жизнь".
2. Проведение SWOT-анализа компании "Росгосстрах жизнь". Анализ внутренней и внешней среды компании поможет выявить ее сильные и слабые стороны, а также потенциальные возможности и угрозы.
3. Оценка текущего положения компании на рынке страхования жизни в России. Результаты проекта помогут определить текущее положение компании на рынке и выявить ее преимущества и недостатки, а также потенциальные риски и возможности.
4. Разработка рекомендаций по улучшению конкурентоспособности компании и повышению ее эффективности на рынке страхования жизни. Рекомендации должны быть основаны на данных SWOT-анализа и помочь компании укрепить свои позиции на рынке и повысить уровень удовлетворенности клиентов.

Обоснование логической последовательности и структуры работы:

Первым этапом в работе над курсовым проектом является изучение теоретических основ SWOT-анализа и особенностей рынка страхования жизни в России. Далее, был проведен анализ внутренней и внешней среды компании "Росгосстрах жизнь". Для этого мы изучили документацию о компании, ее финансовые отчеты, отзывы клиентов и другие источники информации. На основе результатов SWOT-анализа были разработаны рекомендации по улучшению конкурентоспособности компании и повышению ее эффективности на рынке страхования жизни. Затем мы оценили положение компании на рынке страхования жизни в России.

Для написания курсовой работы по SWOT-анализу страховой компании "Росгосстрах жизнь" использовались различные источники информации. В качестве первоисточников были использованы официальные документы и отчеты компании "Росгосстрах жизнь", включая годовые отчеты, финансовые отчеты и отчеты о деятельности компании. Также были использованы источники из открытых источников, включая отчеты и исследования рынка страхования жизни в России, статистические данные и пресс-релизы других страховых компаний. Кроме того, были использованы научные статьи, монографии и учебники, посвященные теме SWOT-анализа и страхового рынка. Эти источники помогли расширить теоретическую базу работы и получить дополнительные знания о методах и инструментах SWOT-анализа. Все использованные источники информации были проверены на достоверность и актуальность, а также были приведены ссылки на них в соответствии с требованиями к научным работам. Большинство источников были опубликованы в последние годы, что позволило использовать актуальную информацию и статистические данные о рынке страхования жизни в России.

# Краткая информация о компании

**Краткое наименование:** ООО СК "Росгосстрах Жизнь"

**Вид деятельности:** Страхование (код по ОКВЭД 65.1)

**География:** Россия

**Миссия компания:** Защита благосостояния людей. Свидетельство о членстве в АСЖ. Член Всероссийского союза страховщиков.

**Год создания, краткая история возникновения и развития компании:** Компания была создана в 1992 году как Российское государственное страховое общество жизни и здоровья, затем переименована в Российское страховое общество жизни и здоровья "Росгосстрах-Жизнь".

**Наличие дочерних/родительских компаний, вхождение в состав группы, корпорации, наличие филиалов:** Росгосстрах-Жизнь является активом «ФК Открытие».

**Сведения о структуре собственности:** Доля государства составляет 0%.

**Контактная информация об организации:**

- Официальный сайт: https://www.rgs.ru/

- Юридический адрес: 125993, г. Москва, ул. Лесная, д. 41.

# Описание анализируемой компании и ее макросреды

## PESTEL-анализ

1. Политические факторы внешней среды:
   1. Уход иностранных IT компаний из России оказывал негативное влияние на компанию, вследствие закрытия доступа к ряду сервисов и баз данных, роста кибер-рисков для иностранного ПО и оборудования, для которых приостановлена техническая поддержка, а также дефицита готовых IT-решений и дефицита квалифицированного персонала. *(Kept 2022; Ольга Любарская, Анастасия Шкреба, Алексей Янин, 2022)*
   2. Санкции ЕС в отношении Национального расчетного депозитария (НРД) также негативно повлиял на компанию в связи с тем, что затруднились новые инвестиции в иностранные активы и были заморожены выплаты доходов и погашений по уже имеющимся бумагам. *(РБК, 2022)*
   3. Вступление с 1 января 2023 года в силу нового стандарта для учета договоров страхования МСФО (IFRS) 17 для материнских компаний, имеющих в своей структуре существенные страховые дочерние общества, окажет положительный эффект на компанию, так как новый стандарт позволит более точно контролировать принимаемые риски и даст возможность более эффективно управлять страховым портфелем за счет дополнительных аналитик, доступных в МСФО (IFRS) 17. Переход на МСФО (IFRS) 17 приведет к более прозрачному раскрытию информации для сравнения игроков на рынке.
2. Экономические факторы внешней среды:
   1. Высокий уровень инфляции в долгосрочной перспективе с растущей динамикой приведет к ощутимому занижению реальной стоимости основных средств, материалов, издержек через амортизацию и необоснованному завышению прибыли, а значит, налога на прибыль и других налогов.
   2. Уменьшение покупательной способности население приведет к тому, что все большее число людей ограничить свои расходы на страховые услуги и продукты, в особенности инвестиционные.
   3. То же влияние будет оказывать и повышение уровня безработицы.
3. Социальные факторы:
   1. Падение средней продолжительности жизни – это фактор, негативно влияющий на бизнес компании. Вместе с этим фактором возможно снижение спроса на страховые продукты, что потенциально ухудшит финансовые показатели компании. *(Wikipedia, 2023)*
   2. Ежегодное повышение уровня финансовой грамотности способствует развитию и росту компании. Чем выше уровень осведомленности клиентов о страховых продуктах, тем больше потенциальных покупателей обратятся в компанию за качественными услугами. *(Минфин России, 2023)*
   3. Сегодня все больше людей становятся заинтересованы в здоровом образе жизни и это положительно повлияет на компанию, так как люди потенциально могут начать искать страховые продукты, которые страхуют их здоровье. *(Елена Григорьева, 2022)*

1. Технологические факторы
   1. Внедрение блокчейн-технологий в процесс оформления страховки и выплат может повысить безопасность и прозрачность, а также улучшить репутацию компании, привлечь новых клиентов и укрепить доверие существующих. Но для успешной реализации и поддержания технологии потребуются дополнительные инвестиции и обучение сотрудников. *(Белоусов А.Л. Шустров А.А, 2019)*
   2. Роботизация процессов может ускорить и автоматизировать их, что повысит производительность и снизит затраты на трудовые ресурсы. Это может значительно улучшить эффективность компании и повысить ее конкурентоспособность. *(Calmins, 2022)*
   3. Внедрение электронного документооборота и электронной подписи может значительно ускорить процесс оформления страховки и выплат, снизить затраты на бумажную документацию, а также повысить качество и безопасность данных. Это повысит уровень обслуживания клиентов, улучшит эффективность работы компании и поможет сократить расходы. *(Капитал Life, 2016)*

1. Экологические факторы:
   1. Ежегодное усиление засухи все больше влияет на здоровье людей, что может привлечь новых клиентов *(Метеожурнал, 2022)*
   2. В период активности клещей люди более озабочены своим здоровьем, особенно те, кто проводит время на природе. Это может увеличить спрос на страховки здоровья в этот период.
   3. Возможное введение экологических критериев в госзаказы негативно, но не существенно повлияет на расходы компании в связи с соблюдением требований. *(Интерфакс, 2023)*

1. Правовые факторы:
   1. Закон предписывает соблюдение требований по безопасности и конфиденциальности данных. Технологии защиты устаревают, поэтому компании должны выделить бюджет на обеспечение безопасности, так как с плохой защитой возможен слив данных в любой момент.
   2. Банк России устанавливает минимальную страховую сумму по риску "дожитие до окончания договора", которая не может быть меньше суммы уплаченных взносов, а также предписывает гарантировать 100% возврат взноса по окончанию программы и предоставлять другие преимущества для клиентов. Компаниям необходимо соблюдать эти указания, что может вызвать неудобства. *(Calmins, 2022)*

## 5 сил Портера

1. Внутриотраслевая конкуренция
   1. Рынок страхования жизни представлен большим количеством компаний, что делает его структуру достаточно разнообразной. Это означает, что клиенты имеют возможность выбрать среди многих предложений, что может привести к большой конкуренции и снижению цен на страховые продукты. Также, разнообразие страховых продуктов и услуг может привлечь разные группы потребителей и увеличить общий объем рынка.
   2. Кроме того, на рынке действуют и другие страховые компании, которые предлагают услуги страхования жизни. Однако, конкретный список конкурентов может различаться в зависимости от региона и ассортимента продуктов. Например, в одном регионе могут доминировать крупные страховые компании, в то время как в другом регионе могут преобладать небольшие компании, специализирующиеся на узкой нише рынка.
   3. Темп роста отрасли зависит от многих факторов, таких как экономическая ситуация, уровень доходов населения и изменения в законодательстве. Экономический рост может привести к увеличению спроса на страховые продукты, тогда как экономический спад может привести к уменьшению спроса. Также, изменения в законодательстве могут повысить или снизить интерес потребителей к страхованию жизни.
   4. Конкуренты могут обладать уникальными преимуществами, такими как большой опыт в отрасли, инновационные продукты, высокий уровень лояльности клиентов и другие факторы. Эти преимущества могут повысить конкурентоспособность компании на рынке и привести к увеличению ее доли на рынке. Однако, также могут быть и недостатки, которые могут повлиять на конкурентоспособность компании, например, недостаточный уровень инвестиций в исследование и разработку новых продуктов и технологий.
2. Рыночная власть поставщиков
   1. Медицинские организации, которые предоставляют медицинские услуги страховым клиентам, являются важным звеном в страховой цепочке. Росгосстрах Жизнь может заключать договоры с медицинскими организациями на предоставление медицинских услуг своим клиентам. Важно, чтобы медицинские услуги были доступны в нужном месте и нужное время, а качество услуг соответствовало ожиданиям клиентов.
   2. Компании, которые перестраховывают риски страховой компании, помогают снизить риски, связанные с выплатой страховых возмещений. РГС Жизнь может заключать договоры с перестраховочными компаниями, чтобы снизить свои риски и обеспечить финансовую стабильность. Однако, в этом случае страховая компания должна уплатить дополнительные средства за перестрахование, что может повлиять на стоимость продуктов страхования.
   3. РГС Жизнь закупает различные виды ресурсов и услуг для поддержания своей деятельности, например, офисное оборудование, программное обеспечение, услуги юристов и т.д. Качество ресурсов и услуг может повлиять на эффективность работы компании и удовлетворенность клиентов. Поэтому, важно закупать качественные ресурсы и услуги по доступным ценам, чтобы обеспечить эффективную работу компании и удовлетворить потребности клиентов.
3. Рыночная власть покупателей
   1. Очень важно понимать, что из-за большого количества конкурентов клиенты могут легко могут воспользоваться услугами другой компании.
   2. Компания имеет право устанавливать свои условия для предоставления страховых продуктов и услуг. Это включает в себя определение типов страхования, условий покрытия, тарифов и условий выплат по страховым случаям.
4. Угроза появления субститутов
   1. Один из возможных субститутов – это самостоятельное формирование финансовых резервов на черный день (накопительные счета, наличка)
   2. Если рассматривать страхование жизни, как инвестиционный продукт, то прямыми субститутами являются другие финансовые инструменты (акции, облигации, недвижимость, фонды и т.д)
5. Угроза появления новых игроков
   1. Барьер для входа - лицензия.
   2. Капиталоемкая отрасль, которая требует больших инвестиций. Новые игроки должны иметь достаточный капитал, чтобы начать работу.
   3. Существующие игроки на рынке имеют устоявшиеся бренды и давно зарекомендовали себя на рынке.



Рисунок 1

## КФУ

Таблица 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Что хотят получить клиенты? | Как компании выживают в конкурентной борьбе? | КФУ |
| Выгодные условия по страхованию | Создание новых страховых продуктов, которые соответствуют потребностям клиентов | Широкий спектр страховых продуктов |
| Удобство и простота использования сервисов | Использование современных технологий | Перевод полного цикла взаимодействия с клиентом (продажи/расторжения/ урегулирование убытков) в онлайн (сайт + мобильное приложение).  Удобный сайт и простое заполнение договора |
| Взаимодействия с популярной компанией  Высокая репутация | Занимаются рекламой и всячески продвигают свой бренд | Узнаваемость компании |
| Надежность и стабильность компании, которая обеспечит быструю и качественную выплату страховых возмещений | Они гарантируют стремительную и качественную выплату страховых возмещений, что повышает доверие клиентов | Высокий рейтинг среди поставщиков услуг страхования жизни. |

## Сравнение конкурентов

Таблица 2

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Росгосстрах жизнь | АльфаСтрахование | Zetta Страхование | Росгосстрах | Капитал Life |
| Широкий спектр страховых продуктов | + | +++ | ++ | +++ | +++ |
| Возможность  взаимодействия с клиентов онлайн | ++ | +++ | +++ | ++ | +++ |
| Удобный сайт и простое заполнение договора | + | +++ | +++ | ++ | ++ |
| Узнаваемость компании | + | +++ | + | +++ | + |
| Высокий рейтинг | ++(ruAA) | +++(ruAAA) | +(ruA+) | ++(ruAA) | +(ruA+) |

# Первичный SWOT-анализ

## Матрица первичного анализа

Таблица 3

|  |  |
| --- | --- |
| Сильные стороны(S)   1. Хорошая репутация на рынке 2. Имеет налаженную систему выплат страховых возмещений, что позволяет обеспечить стабильность 3. Быстрая адаптация к потребностям рынка (например оперативное добавление страхования на случай COVID-19 и добавление цифрового сервиса) 4. Компания является частью "ФК Открытие", что дает ей большую финансовую поддержку | Слабые стороны(W)   1. Ограниченный спектр страховых услуг 2. Взаимодействие с клиентом всё равно переводится в оффлайн формат 3. Плохо развитый маркетинг |
| Возможности(O)   1. Технологический прогресс (Возможность оформлять страховые продукты “в один клик” без связи с менеджером) 2. Рост уровня рождаемости населения (например сейчас за счёт поощрения рождаемости государством) 3. Рост популярности облачных технологий 4. Развитие нейросетей | Угрозы(T)   1. Угроза значительного снижения выручки из-за падения спроса на ИСЖ (вследствие охлаждения интереса к инвестициям в период нестабильности) 2. Угроза значительного снижения прибыли из-за инфляционного роста убытков по всем видам страхования и общего увеличения расходов компании (в том числе из-за ухода IT компаний) |

## Проведем оценку значимости параметров анализа.

*Параметр S1*.  
Это сторона компании, которая может помочь ей привлечь новых клиентов и сохранить старых. Хорошая репутация может помочь компании привлечь новых клиентов, которые ищут надежного партнера на рынке страхования. Клиенты могут выбрать компанию с хорошей репутацией, потому что они доверяют ей и верят, что она предоставит им высококачественные услуги. Компания должна использовать этот фактор как преимущество и продолжать работать над укреплением своей репутации, например, путем улучшения качества обслуживания клиентов и участия в благотворительных проектах.

*Параметр S2.*

Имеет налаженную систему выплат страховых возмещений - это сторона компании, которая может повысить уровень доверия клиентов. Клиенты ожидают от компании, что она будет выполнять свои обязательства по выплате страховых возмещений вовремя и без задержек. Компания, которая имеет хорошую репутацию в этом вопросе, может привлекать больше клиентов и сохранять их лояльность.

*Параметр S3*.

Быстрая адаптация к потребностям рынка. Рынок страхования постоянно меняется, и компания, которая может быстро реагировать на эти изменения, будет иметь конкурентное преимущество. Например, если на рынке появляется новый вид страхования, компания, которая быстро адаптируется к этому изменению, будет иметь больше возможностей для роста и развития. (Например: Премия «Финансовая элита» в номинации «За финансовую устойчивость и надежность». Награда была присуждена за то, что во время пандемии «Росгосстрах Жизнь» смогла нарастить долю на рынке и увеличить число клиентов и партнеров)

*Параметр S4.*

Компания, которая является частью "ФК Открытие", может иметь финансовую стабильность и надежность. "ФК Открытие" – это крупный и известный игрок на рынке финансовых услуг, который имеет долгую историю успешной деятельности. Это может повысить доверие клиентов и уменьшить риски для компании. Также компания может иметь больше возможностей для роста и развития. "ФК Открытие" может предоставлять компании доступ к новым рынкам и клиентам, а также помочь ей расширить свой бизнес.

*Параметр W1.*

Стоит отметить, что “Росгосстрах жизнь” – это одна из крупнейших страховых компаний в России, которая предлагает набор страховых услуг, связанных с жизнью и здоровьем человека, включая страхование жизни, страхование от несчастных случаев и болезней, страхование здоровья, пенсионное страхование и другие.

Тем не менее, сравнивая спектр услуг “Росгосстрах жизнь” с другими страховыми компаниями в России, можно сделать вывод о том, что у компании может быть ограниченный спектр услуг по сравнению с некоторыми конкурентами, спектр страховых услуг которых превосходит “Росгосстрах жизнь”.

*Параметр W2.*

Стоит отметить, что Росгосстрах жизнь, как и многие другие страховые компании, предлагает своим клиентам различные способы взаимодействия, включая онлайн-консультации, телефонные звонки, электронную почту и другие. Кроме того, компания имеет собственный сайт, где клиенты могут ознакомиться с условиями страхования, оформить полис и получить другую необходимую информацию. Однако, сайт не позволяет оформлять страховые услуги в “один клик”, ведь приходится оставлять контактные данные для заключения договора с менеджером.

*Параметр W3.*

Компания использует не так много каналов маркетинга: предоставление услуг через посредника, а также программы лояльности в банках-партнерах. Однако, сравнении с некоторыми другими страховыми компаниями на рынке, Росгосстрах жизнь имеет недостатки в маркетинге. Например, компания может не использовать новейшие технологии маркетинга или не иметь достаточно сильного бренда, что может отразиться на ее конкурентоспособности, недостаточная реклама, взаимодействие только через банк - посредник и т.д.

*Параметр O1.*

Возможность оформления страховых продуктов "в один клик" без связи с менеджером является важной и удобной функцией, которая позволяет клиентам быстро и удобно приобретать страховые продукты, а компании повышать эффективность и экономить затраты на обслуживание клиентов.

*Параметр O2.*

Компания может использовать возможность поощрения рождаемости в качестве стратегии, чтобы привлечь больше клиентов и увеличить объемы своих страховых продуктов. Компания может предоставлять дополнительные льготы, скидки или страховые продукты для семей, имеющих детей, а также помогать родителям в уходе за ребенком. Это может привести к увеличению числа клиентов, которые будут заинтересованы в приобретении страховых продуктов. Кроме того, страховая компания может разработать специальные программы страхования для беременных женщин и новорожденных детей, которые будут предлагать им дополнительные услуги и льготы. Это может привлечь больше клиентов, которые будут заинтересованы в приобретении этих страховых продуктов.

*Параметр O3.*

Для компании возможность использования облачных технологий может стать важным фактором для повышения популярности компании среди клиентов. Облачные технологии позволяют хранить и обрабатывать данные в удаленном доступе, что позволяет ускорить и упростить процессы обработки информации и повысить удобство использования страховых продуктов.

Одной из возможностей использования облачных технологий для страховой компании Росгосстрах Жизнь может стать предоставление клиентам доступа к своим страховым полисам через интернет. Это позволит клиентам легко и быстро просматривать информацию о своих полисах, вносить изменения, покупать новые продукты и следить за статусом своих заявок. Более того, такая возможность может быть особенно привлекательной для молодых клиентов, которые склонны использовать интернет и мобильные приложения для управления своей жизнью. Кроме того, облачные технологии позволяют страховым компаниям улучшать процессы обработки данных и управления информацией. Например, облачные хранилища данных могут предоставить страховой компании возможность хранения большого объема информации и быстрого доступа к ней, что упростит процесс принятия решений и обработки информации.

Наконец, использование облачных технологий может снизить затраты на IT-инфраструктуру и на поддержание ее в рабочем состоянии.

*Параметр O4.*

Компания может использовать возможности развития нейросетей для улучшения работы и качества своих страховых продуктов. Нейросети – это системы искусственного интеллекта, которые могут обрабатывать и анализировать большие объемы информации, выявлять закономерности и принимать решения на основе полученных данных.

Нейросети могут использоваться для анализа данных и выявления мошеннических схем. С помощью нейросетей компания может автоматически обрабатывать большие объемы информации и выявлять аномалии, которые могут указывать на мошеннические действия. Это может помочь компании снизить риски и улучшить качество своих страховых продуктов.

*Параметр T1.*

По данным РБК – Наиболее сильному негативному влиянию на рынке страхования жизни в 2022 году подвергся сегмент инвестиционного страхования жизни (ИСЖ). Одной из ключевых проблем, с которой столкнулся сегмент ИСЖ, «Эксперт РА» называет ограниченный доступ к ряду активов для инвестирования. Сокращение ассортимента активов вызвано введением санкций ЕС в отношении Национального расчетного депозитария (НРД), в результате не только затруднились новые инвестиции в иностранные активы, но и были заморожены выплаты доходов и погашений по уже имеющимся бумагам. Как ранее оценивали во Всероссийском союзе страховщиков (ВСС), проблема с блокировкой выплат коснулась значительной части страховщиков и их клиентов. Респонденты также обращают внимание на падение доходов населения и изменение потребительского поведения, в том числе сокращение клиентами сроков планирования и выбор в пользу более краткосрочных финансовых инструментов, что снижает спрос на долгосрочное страхование жизни. *(РБК, 2022)*

*Параметр T2.*

По данным Ведомостей: Уход иностранных IT-компаний из России (например, уход популярных поставщиков серверного ПО и операционных систем, таких как, например, Microsoft, Cisco и Dell) оказал значительное влияние на рынок, так как повлек за собой существенное удорожание и дефицит IT-оборудования. Инфляционный рост убытков (а по данным СтатБюро: в 2022 году уровень инфляции в России составил 11,92%, что на 3,53 больше, чем в предшествующем 2021 году) по всем видам страхования станет вызовом для отрасли. *(Наталья Заруцкая, Софья Шелудченко, 2022)*

# Поэлементный SWOT-анализ

На основе ранее созданной SWOT матрицы спроектируем стратегии четырех типов:

– стратегии вида SO – силы возможности.

– стратегии вида ST – силы-угрозы.

– стратегии вида WO – слабости возможности.

– стратегии вида WT – слабости-угрозы.

В таблице 4 представлены разработанные стратегии, для каждой их них указана сокращенная запись параметров, из которых образована стратегия.

Таблица 4

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Сильные стороны(S) | Слабые стороны(W) |
| Возможности(O) | 1. Используя финансирование банка “Открытие”,   перенести или разместить свои дата-центры в облако(S4O3)   1. Усилить инвестиционную политику (S2O2) 2. Используя финансирование банка “Открытие”, заняться разработкой нейросетей для оценки рисков и улучшения тарифов(S4O4) | 1. Использование технологического прогресса, чтобы улучшить взаимодействие с клиентами, разработать цифровые сервисы, такие как онлайн-консультации и мобильные приложения, что снизит недовольство клиентов и увеличит лояльность к компании(O1W2) 2. Использование роста уровня рождаемости населения, чтобы разработать новые продукты страхования для семей с детьми, что снизит недостаток инноваций и новых продуктовых линий и увеличит объемы продаж (O2W4) |
| Угрозы(T) | 1. Маркетинговые усилия - Использовать социальные сети и контент-маркетинг. Социальные сети являются хорошей площадкой для привлечения новых клиентов. Маркетинг лучше направить на более молодую (18-44 лет). аудиторию, которая сможет пользоваться услугами онлайн (S3T1) 2. Нарастить долю продуктов НСЖ, сократить предложение продуктов ИСЖ. (S3T1) | 1. Создать больше продуктов краткосрочного страхования. (W4T1) 2. Уделить внимание разработке онлайн-сервисов и упрощенных процедур оформления страховки и перевести взаимодействие с клиентом в онлайн формат, тем самым сократив расходы на содержание персонала. (W2T2) |

# Заключение

**Направления для стратегического развития**

1. Использование финансирования банка "Открытие" для размещения дата-центров в облако (S4O3) и разработки нейросетей для оценки рисков и улучшения тарифов (S2O2). Это поможет снизить затраты на содержание инфраструктуры и повысить точность расчетов, что улучшит качество обслуживания клиентов.
2. Использование социальных сетей и контент-маркетинга для привлечения более молодой аудитории (S3T1). Это позволит увеличить узнаваемость бренда и привлечь новых клиентов. Так, например можно договариваться с популярными блогерами для рекламных агитаций/прероллов. Или же можно попробовать договориться с каким-то музыкальным исполнителем , как было у Моргенштерна и компьютерной игры War Thunder, что дало ошеломительный успех. Также можно начать вести свой ютуб/тик-ток канал для записи коротких "шортсов/историй" для поведения при определенных случаях, связанных с страхованием. Также можно вести телеграмм-канала или "группу" в Вконтакте, где можно публиковать новости компании и т.д
3. Уделить внимание разработке онлайн-сервисов и упрощенных процедур оформления страховки и перевести взаимодействие с клиентом в онлайн формат, тем самым сократив расходы на содержание персонала. (W2T2). У конкурента АльфаСтрахование есть [сайт](https://www.alfastrah.ru/individuals/life/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F#product-block), где можно в режиме онлайн можно выбрать интересующую программу страхования, с помощью калькулятора рассчитать условия своей страховки и оплатить, после чего компания пришлет полис на электронную почту клиента.

# Список литературы

Kept // Краткий обзор рынка страхования в России, 2022 URL: <https://assets.kept.ru/upload/pdf/2022/11/ru-insurance-survey-kept-2022.pdf> (23.11.2022)

Ольга Любарская, Анастасия Шкреба, Алексей Янин // Шесть ударов по российскому страховому рынку: от защиты к развитию, 2022 URL: <https://raexpert.ru/researches/insurance/ins_market_2022/> (23.05.2022)

Маргарита Мордовина // Инвестиционное сдалось накопительному, РБК, 2022 URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2022/12/07/638f6e4a9a794767a7aa6eb6> (07.12.2022)

Wikipedia // Продолжительность жизни в субъектах Российской Федерации, 2023 URL: https://clck.ru/34ZvPv (19.03.2023)

Минфин России // Финансовая Грамотность URL: [https://minfin.gov.ru/ru/fingram/#](https://minfin.gov.ru/ru/fingram/)   
Елена Григорьева // (Не)дорогая мода. Как тренд на ЗОЖ поможет сэкономить и укрепить здоровье, 2022 URL: <https://yamal-media.ru/narrative/trend-na-zozh> (28.11.2022)  
Капитал Life // РОСГОССТРАХ БАНК и РОСГОССТРАХ ЖИЗНЬ запустили безбумажную технологию продажи страховых продуктов с помощью электронной подписи, 2016 URL: <https://kaplife.ru/news/rosgosstrakh-bank-i-rosgosstrakh-zhizn-zapustili-bezbumazhnuyu-tekhnologiyu-prodazhi-strakhovykh-pro/> (22.09.2016)

Белоусов А.Л. Шустров А.А. // Возможности применения технологии блокчейн в сфере страхования, 2019 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-primeneniya-tehnologii-blokcheyn-v-sfere-strahovaniya> (30.01.2019)   
Calmins // Как искусственный интеллект может улучшить работу страховых компаний, 2022 URL: <https://calmins.com/kak-iskusstvennyj-intellekt-mozhet-uluchshit-rabotu-strahovyh-kompanij/> (01.04.2022)

Calmins // Как изменятся продукты по страхованию жизни в 2022 году, 2022 URL: <https://calmins.com/kak-izmenyatsya-produkty-po-strahovaniyu-zhizni-v-2022-godu/> (21.03.2022)

Метеожурнал // В ряде районах России наблюдается почвенная засуха, 2022 URL: <https://meteojurnal.ru/v-ryade-rajonah-rossii-nablyudaetsya-pochvennaya-zasuha/#:~:text=> (19.08.2022)

Интерфакс // Внедрение экологических критериев в госзаказ сдерживается нехваткой объективных данных и стандартов – эксперты, 2023 URL: <https://www.interfax.ru/presscenter/890817> (13.03.2023)

Сергей Триколенов // ТОП-10 лучших страховых компаний жизни и здоровья – Рейтинг 2023 года, 2022 URL: <https://epicris.ru/top-10-luchshix-straxovyx-kompanij-zhizni-i-zdorovya> (11.04.2022)  
Наталья Заруцкая, Софья Шелудченко // Страховщики ждут падения рынка в 2022 году на 10–20%, 2022 URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2022/05/24/923464-strahovschiki-zhdut-padeniya> (25.05.2022)

# ПОДТВЕРЖДЕНИЕ оригинальности текста курсового проекта

Я Патаев Арслан Зольванович, 221

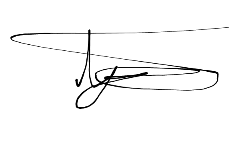
студент 1 курса образовательной программы бакалавриата ОП «Бизнес-информатика»

Высшей школы бизнеса ВШЭ подтверждаем, что курсовой проект на тему:

«SWOT-анализ компании ООО СК "Росгосстрах Жизнь"»  
**выполнен нами лично и:**

1. не воспроизводит наши собственные работы, выполненные ранее, без ссылки на них в качестве источника;
2. не воспроизводит работу, выполненную другими авторами, без указания ссылки на источник учебной или научной литературы, статьи, вебсайты, выполненные задания или конспекты других студентов;
3. не предоставлялся ранее на соискание более высокого уровня образования;
4. содержит правильно использованные цитаты и ссылки;
5. включает полный библиографический список ссылок и источников, которые были использованы при написании текста отчета по курсовому проекту.

**Нам известно, что нарушение правил цитирования и указания ссылок рассматривается как обман или попытка ввести в заблуждение, а также квалифицируется как нарушение Правил внутреннего распорядка НИУ ВШЭ.**

  
Патаев А. З. /\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_