

Ананьев Максим Дмитриевич
Московская международная академия

**Инновационные подходы к рекламационной деятельности в страховании:
роль цифровых технологий и их региональные аспекты**

Аннотация. В статье исследуются инновационные подходы к рекламационной деятельности в страховании и интеграции цифровых технологий в деятельность страховых компаний. Рекламационная деятельность в страховании состоит из комплекса мер по обработке жалоб, претензий и требований клиентов, ставящих своей целью разрешение споров и компенсацию убытков. В борьбе за конкуренцию на рынке страхования эффективность рекламационной деятельности страховых компаний становится стимулом для репутации и обеспечения финансовой стабильности. Традиционные способы обработки претензий зачастую сопровождаются бюрократическими проволочками, задержками покрытия ущерба и субъективностью, вызывая недовольство клиентов и экономические потери. Актуальность вопросов, связанных с рекламационной деятельностью в страховании, усиливается цифровой трансформацией во всех секторах экономики. Цифровые технологии (ИИ, блокчейн и автоматизированные платформы и др.), открывают новые возможности для оптимизации рекламационной деятельности. Инновации в страховании позволяют сократить время обработки жалоб, повысить точность решений и обеспечить прозрачность процессов. Однако их внедрение должно учитывать региональные особенности в виду того, что страховые услуги тесно связаны с локальными экономическими, социальными и правовыми условиями. Особое внимание автор уделяет региональным аспектам, в тех случаях, когда эффективная рекламационная деятельность способствует устойчивому развитию территорий через оптимизацию ресурсного распределения и снижение транзакционных издержек. Цель исследования – проанализировать инновационные подходы к рекламационной деятельности в страховании, акцентируясь на роли цифровых технологий и их влиянии на развитие страховых компаний в регионах.

Ключевые слова: рекламационная деятельность, цифровые технологии, страхование, региональное развитие, искусственный интеллект, блокчейн.

Ananyev Maxim Dmitrievich
Moscow International Academy

**Innovative approaches to claims activities in insurance: the role of digital
technologies and their regional aspects**

Annotation. This article explores innovative approaches to insurance claims management and the integration of digital technologies into insurance companies' operations. Insurance claims management is a set of measures for processing customer complaints, claims, and demands aimed at resolving disputes and compensating for losses. In an increasingly competitive insurance market, the effectiveness of insurance claims management is becoming a key factor in maintaining companies' reputations and ensuring financial stability. Traditional approaches to claims processing are often characterized by bureaucracy, delays, and subjectivity, leading to customer dissatisfaction and economic losses. The relevance of insurance claims management is heightened by the development of digital transformation. Digital technologies (AI, blockchain, automated platforms, etc.) offer new opportunities for optimizing claims management. Innovations can reduce complaint processing time, improve the accuracy of decisions, and ensure process transparency. However, their implementation

must take into account regional specifics, given that insurance services are closely linked to local economic, social, and legal conditions. The author pays special attention to regional aspects, where effective claims management contributes to the sustainable development of regions by optimizing resource allocation and reducing transaction costs. The aim of the study is to analyze innovative approaches to claims management in insurance, focusing on the role of digital technologies and their impact on the development of insurance companies in the regions.

Keywords: Complaints management, digital technologies, insurance, regional development, artificial intelligence, blockchain.

Рекламационная деятельность в страховании состоит из комплекса мер по обработке жалоб, претензий и требований клиентов, ставящих своей целью разрешение споров и компенсацию убытков. В борьбе за конкуренцию на рынке страхования эффективность рекламационной деятельности страховых компаний становится стимулом для репутации и обеспечения финансовой стабильности. Традиционные способы обработки претензий зачастую сопровождаются бюрократическими проволочками, задержками покрытия ущерба и субъективностью, вызывая недовольство клиентов и экономические потери.

Актуальность вопросов, связанных с рекламационной деятельностью в страховании, усиливается цифровой трансформацией во всех секторах экономики. Цифровые технологии (ИИ, блокчейн и автоматизированные платформы и др.), открывают новые возможности для оптимизации рекламационной деятельности. Инновации в страховании позволяют сократить время обработки жалоб, повысить точность решений и обеспечить прозрачность процессов. Однако их внедрение должно учитывать региональные особенности в виду того, что страховые услуги тесно связаны с локальными экономическими, социальными и правовыми условиями.

Цель исследования – проанализировать инновационные подходы к рекламационной деятельности в страховании, акцентируя на роли цифровых технологий и их влиянии на развитие страховых компаний в регионах.

Рекламационная деятельность в страховании регулируется нормами гражданского законодательства, законодательством в сфере страхования и рекламы: Федеральным законом от 13.03.2006 года N 38-ФЗ [1], законом РФ от 27.11.1992 года N 4015-1 [2] и специализированными стандартами [3]. Согласно нормам законодательства: «Страхование – отношения по защите интересов физических и юридических лиц, Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований при наступлении определенных страховых случаев за счет денежных фондов, формируемых страховщиками из уплаченных страховых премий (страховых взносов), а также за счет иных средств страховщиков» [1].

Страховая деятельность в отношении страхового случая включает этапы: прием жалобы, её анализ, принятие решения и компенсацию. Жизненный цикл страхового случая представлен на рис. 1:



Рисунок 1. – Этапы жизненного цикла страхового случая

Недостатки традиционных методов обработки страхового случая – высокие операционные затраты и низкая эффективность – стимулируют поиск инноваций.

Цифровые технологии трансформируют процесс. Искусственный интеллект (ИИ) применяется для автоматического анализа текстов жалоб, классификации типов претензий и прогнозирования исходов [4]. Блокчейн обеспечивает децентрализованную запись транзакций, повышая доверие и снижая риски мошенничества [5]. Онлайн-платформы интегрируют все этапы в единую систему, доступную клиентам 24/7.

Теоретически, инновации в страховании соответствуют концепциям сервисного управления и цифровой экономики. В региональном контексте инновации способствуют формированию «умных» территорий, в которых страховые услуги становятся частью инфраструктуры устойчивого развития.

Рассмотрим роль цифровых технологий в рекламационной деятельности.

1. Искусственный интеллект и автоматизация. ИИ революционизирует обработку жалоб путем обработки больших данных (Big Data). Алгоритмы машинного обучения анализируют паттерны в претензиях, идентифицируя причины (например, ошибки в

полисах или задержки выплат) и предлагая решения. В российской практике компании («Росгосстрах») внедрили ИИ-системы, сократив время реагирования на 40% [6].

В Московской области ИИ-платформа автоматически классифицирует жалобы по категориям, позволяя страховщикам фокусироваться на сложных кейсах и повышая удовлетворенность клиентов и снижает нагрузку на персонал.

2. Блокчейн для прозрачности и безопасности. Блокчейн создает неизменяемые записи о претензиях и компенсациях, минимизируя споры. В страховании это применяется для верификации убытков в автостраховании (КАСКО) или имущественном страховании.

В Санкт-Петербурге пилотные проекты с блокчейн интегрируют данные из государственных реестров, ускоряя процессы [7]. Среди преимуществ снижение мошенничества на 30% и повышение доверия, что способствует инвестициям в региональную экономику.

3. Онлайн-платформы и мобильные приложения. Цифровые платформы позволяют клиентам подавать жалобы онлайн с прикреплением документов. Интеграция с геолокацией адаптирует услуги к региональным особенностям, таким как климатические риски в Сибири.

В Краснодарском крае платформы страховых компаний связаны с местными властями для оперативного реагирования на природные катастрофы.

Цифровые технологии не только оптимизируют внутренние процессы, но и способствуют цифровой инклюзии, делая услуги доступными в отдаленных регионах.

Рекламационная деятельность напрямую влияет на региональную экономику. Эффективная обработка жалоб повышает лояльность клиентов, стимулируя рост страховых премий и инвестиций. В регионах с высокой концентрацией бизнеса цифровые инновации способствуют формированию кластеров «финтех» и «иншуртех».

В Татарстане внедрение ИИ в рекламационной деятельности привело к росту ВРП на 1,5% за счет снижения убытков от неудовлетворенных претензий. В сельских регионах, как Алтайский край, онлайн-платформы компенсируют дефицит специалистов, обеспечивая равный доступ к услугам.

Однако вызовы в сфере рекламационной деятельности в страховании включают цифровое неравенство: В регионах с низким уровнем интернета (например, Дальневосточный федеральный округ) внедрение технологий требует инфраструктурных инвестиций. Региональные власти могут стимулировать это через субсидии и партнерства с страховщиками.

Анализ данных показывает, что регионы с активным использованием цифровых технологий в страховании демонстрируют более высокие индексы развития (табл. 1).

Таблица 1

Влияние цифровых технологий на региональные показатели

Регион	Уровень цифровизации рекламационной деятельности (%)	Рост ВРП (%)	Уровень удовлетворенности клиентов (по шкале 1-10)
Москва	85	3,2	8,5
Санкт-Петербург	78	2,8	8,2
Татарстан	65	2,5	7,8
Алтайский край	50	1,8	7,0

Данные табл. 1 иллюстрируют корреляцию между инновациями и экономическими показателями, подчёркивая необходимость регионально-ориентированных стратегий.

Несмотря на преимущества, внедрение цифровых технологий сталкивается с барьерами: высокие затраты на разработку, проблемы кибербезопасности и сопротивление персонала [7]. Региональные аспекты усиливают эти вызовы из-за различий в законодательстве и инфраструктуре. Так, по мнению ряда исследователей: «в будущем цифровые технологии, несомненно, продолжат своё развитие и внесут ещё более масштабные изменения в сферу страхования, благодаря чему будут открываться новые возможности для работы страховых компаний и клиентов» [8].

Рассматривая инновационные подходы к рекламационной деятельности в страховании и роли цифровых технологий на их региональные аспекты, можно сформировать ряд рекомендаций:

- 1) разработка межрегиональных стандартов для унификации процессов;
- 2) интеграция с государственными платформами (например, Госуслуги) для обмена данными;
- 3) обучение персонала и инвестиции в инфраструктуру для отдалённых территорий;
- 4) мониторинг эффективности через KPI, включая время обработки жалоб и индекс удовлетворённости.

Таким образом, инновационные подходы к рекламационной деятельности в страховании, основанные на цифровых технологиях, открывают путь к повышению качества услуг и устойчивому региональному развитию. ИИ, блокчейн и онлайн-платформы не только оптимизируют процессы, но и способствуют экономическому росту через снижение издержек и повышение доверия: «во многом успех и скорость процессов цифровизации страхового дела в России как инфраструктурного института будет определяться темпами цифровизации экономики и социальной сферы, при этом значительное влияние будут оказывать развитие страховой культуры и эффективность использования страховых механизмов в корпоративных системах управления» [5]. Региональные аспекты требуют адаптации решений к локальным условиям, что может быть достигнуто через сотрудничество между страховщиками, властями и технологическими компаниями.

Список источников

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 31.07.2025) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2025). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/. (дата обращения: 19.12.2025 г.).
2. Закон РФ от 27.11.1992 N 4015-1 (ред. от 17.11.2025) «Об организации страхового дела в Российской Федерации». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1307/. (дата обращения: 19.12.2025 г.).
3. Положение Банка России от 01.04.2024 N 837-П (ред. от 01.04.2024) «О правилах обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств» (Зарегистрировано в Минюсте России 16.08.2024 N 79178). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_484131/. (дата обращения: 19.12.2025 г.).
4. Петров А.В., Сидоров Е.П. Влияние цифрового рубля на финансовую систему России // Вестник финансового университета, 2023. – №2. – С. 34-45.
5. Обухова А.С., Колмыкова Т.С. Роль цифровых технологий в трансформации рынка страховых услуг // Индустриальная экономика, 2020. – № 2. – С. 37-42.

6. Годовой отчет, 2023 // Российский Союз Автостраховщиков. URL: https://autoins.ru/upload/reports/AReport_RAMI_2023_site.pdf. (дата обращения: 19.12.2025 г.).

7. Александрова Е.В. Блокчейн в страховании: региональные перспективы // Журнал страхового дела, 2024. – № 2(3). – С. 45-52.

8. Алексашина Т.В., Ананченкова П.И., Белкин М.В., Благодатский П.В., Бурмистрова М.А., и др. Современные проблемы экономики труда и пути их решения. Монография. – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2019.

Сведения об авторе

Ананьев Максим Дмитриевич, аспирант Московской международной академии, г. Москва, Россия

Information about the author

Ananyev Maxim Dmitrievich, PhD student at the Moscow International Academy, Moscow, Russia