

**В опросе приняли участие студенты одного из крупнейших вузов Москвы в возрасте от 18 до 25 лет. Цель исследования — узнать отношение современной молодежи к страхованию жизни, а также что является ключевым аргументом при выборе страховщика и продуктового предложения.**

Абсолютное большинство опрошенных (73,3%) подтвердили, что знакомы с программами страхования жизни, слышали о них (59,2%) или неплохо разбираются (14.1%).

Продукт воспринимается молодежью не только в качестве защиты от непредвиденных обстоятельств (45%), таких как: диагностирование критического заболевания, инвалидности в следствии полученных травм, а также потери трудоспособности, но и в качестве современного финансового инструмента защиты благосостояния семьи и близких в случае ухода из жизни застрахованного (28%).

Наряду с популяризацией программ долгосрочных сбережений, более половины опрошенных (55%) считают, что задумываться о страховании жизни необходимо уже с юных лет, иными словами, инвестировать в свое будущее, формируя стартовый капитал. Интересно отметить, что накопительные программы, а также программы с инвестиционной составляющей воспринимаются молодыми людьми, на практике, в равной степени: 53% делают свой выбор в пользу НСЖ, 47% в пользу ИСЖ, что также схоже с текущими показателями рынка.

Альтернативно, 17% не воспринимают программы страхования в качестве инструмента гарантированных накоплений в молодом возрасте, предпочитая другие методы. Оставшиеся 28% молодых людей подтверждают актуальность страховых программ, но не считают их приоритетными в настоящий момент.

Очевидно, что ключевым фактором для принятия решения о покупке полиса, респонденты считают надёжность и финансовую устойчивость страховой компании (49,3% ответов). На втором месте — прозрачность и очевидность условий договора (20,5%). Менее популярными, но всё же важными факторами являются удобный онлайн-сервис и качественная клиентская поддержка (16,5%). Такие параметры, как доступная цена полиса, социальная ответственность компании и инновационность продуктов, получили менее 5% голосов. 9% затруднились с ответом.

«Согласно данным действующего портфеля «Ингосстрах Жизнь» 30% страхователей составляют люди до 40 лет. Клиент молодеет. Все больше и больше людей в раннем возрасте выбирают именно страхование жизни, в качестве ключевого элемента своей финансовой стратегии, защиты благосостояния и реализации будущих планов и задач.

Исследование показывает, что каждый второй студент осознает значимость своевременного и корректного финансового планирования для успешного будущего.

Безусловно, такие вопросы как надежность и открытость страховщика, очевидность ценности его продуктового предложения, являются ключевым фактором, обеспечивающим его конкурентное преимущество в особенности в сегменте современной молодежи.

Продукты «Ингосстрах Жизнь» полностью отвечают данному запросу. Компания обладает максимальным рейтингом финансовой надежности от Эксперт Раги AAA, 22-летним успешным опытом работы на рынке страхования жизни, широкой экспертизой в части продуктового предложения и клиентского сервиса.

Нет никаких сомнений, и цифры это подтверждают, программы накопительного страхования уже вошли в каждодневный обиход фактически всех клиентских сегментов. То, что экономически активная молодежь выбирает страхование жизни – для меня это предмет особой гордости, свидетельствующий о корректности выбранной стратегии», - отметил Владимир Черников, Генеральный директор СК «Ингосстрах Жизнь».

Википедия страхования, 10.12.2025 г.