«Росгосстрах Жизнь» рассказала о социальной ответственности как инструменте доверия на форуме Московской торгово-промышленной палаты

Директор по развитию социальных проектов СК «Росгосстрах Жизнь» Элли Долганова выступила на форуме «Ответственное медиапартнерство» Московской торгово-промышленной палаты. Спикер рассказала участникам мероприятия о влиянии общественно-значимых инициатив на репутацию компании, ее развитие и продвижение продуктов, а также на мотивацию сотрудников.

Как сообщила Элли Долганова, социальная ответственность стала неотъемлемой частью долгосрочного сотрудничества бизнеса и общества. С точки зрения структуры, она бывает внешней и внутренней, причем оба эти направления равноценны, взаимосвязаны и очень важны.

«В современном мире люди все чаще хотят быть причастными к чему-то значимому. Поэтому организации привлекают своих сотрудников для участия в различных социальных проектах, чтобы каждый мог найти для себя занятие по душе. Например, в «Росгосстрах Жизнь» мы определили для себя несколько ориентиров: делимся своей экспертизой по финансовой грамотности, принимаем участие в волонтерском движении, оказываем помощь благотворительным фондам, поддерживаем спортивные мероприятия и фестивали. Коллеги активно вовлекаются в них, что положительно влияет на улучшение корпоративной культуры и HR-бренд компании в целом», – подчеркнула Элли Долганова.

По мнению представителя СК «Росгосстрах Жизнь», когда речь идет о внешней роли социальной ответственности, фокус смещается на взаимодействие с обществом через сотрудничество с благотворительными фондами, партнёрскую поддержку различных проектов, связанных со спортом и здоровым образом жизни, а также социально-значимые программы страхования жизни для клиентов. Одна из масштабных задач организации, которая следует государственной политике, – повысить уровень благосостояния населения, поэтому страховщик разрабатывает и внедряет продукты, которые позволяют финансово защитить жизнь и здоровье, сформировать капитал.

«Чтобы работать с гражданами целенаправленно, необходимо понимать уровень финансовой грамотности населения, наша компания совместно с аналитическим центром

НАФИ уже два года подряд проводит всероссийское исследование. Оно выполняет одновременно просветительскую, аналитическую и контролирующую функцию на федеральном уровне, являясь связующим звеном между обществом, бизнесом и государством. Открытая методология и панель данных позволяют мониторить эффективность действующих государственных программ, выявлять «зоны турбулентности» и оперативно реагировать на них. Это также хороший инструмент для получения точных сведений и возможность доносить правдивую информацию до своих читателей и слушателей журналистам», – уверена Элли Долганова.

Цель форума «Ответственное медиапартнерство» – создание экспертной площадки для формирования современной модели взаимодействия государства, бизнеса, СМИ, корпоративных медиа и блогерского сообщества, направленной на укрепление деловой репутации, повышение доверия к информационным коммуникациям и продвижение социальной ответственности.

Википедия страхования, 16.09.2026 г.