

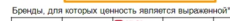
*Исследовательский Холдинг «Ромир» провел ежегодное исследование, посвященное деловой репутации крупнейших российских страховщиков. Рейтинги узнаваемости и доверия потребителей были составлены на основе всероссийского опроса общественного мнения\* по наиболее авторитетной международной методике измерения репутации Global Reputation Index (GRI)\*\*.*

Лидерство в узнаваемости и в доверии россиян по-прежнему удерживает «Росгосстрах», индекс узнаваемости которого составил 82,3 пункта, а индекс доверия – 69,4. Кроме него в пятерку наиболее заметных и вызывающих наиболее доверие у потребителей вошли РОСНО, «Ингосстрах», «АльфаСтрахование» и «Ренессанс Страхование» (см. Таблицу 1).

У всех лидеров страховой отрасли – участников рейтинга, по которым есть данные за предыдущие годы, отмечено повышение узнаваемости со стороны россиян. Вместе с тем, произошло снижение индексов доверия (см. Таблицу 2). Аналогичная тенденция отмечена и у компаний банковского сектора. Снижение доверия к компаниям рынка финансовых услуг можно объяснить высоким уровнем тревожности и ожиданием второй волны кризиса со стороны россиян.

В рамках опроса «Ромир» не только провел количественную оценку доверия к брендам, но и изучил факторы, обеспечивающие это доверие. По мнению россиян, основой доверия к страховщикам являются такие характеристики, как «надежность» (44%), «безопасность» (38%) и «честность» (31%).

**Диаграмма 1. Какие ценности, на ваш взгляд, должны быть свойственны компании, работающей в сфере страхования?**

[illegible]

Решение задачи сводится к решению задачи о минимизации функции  $F(x)$  на множестве  $X$ . Если  $x^*$  — оптимальное решение задачи, то  $F(x^*)$  — оптимальное значение функции  $F(x)$ . Если  $x^*$  — оптимальное решение задачи, то  $F(x^*)$  — оптимальное значение функции  $F(x)$ .