

Национален конкурс по застраховане за ученици и студенти 2025 г.

ЗАДАЧА ЗА УЧЕНИЦИ

АНАЛИЗ НА ПАЗАРА НА АВТОМОБИЛНОТО ЗАСТРАХОВАНЕ В БЪЛГАРИЯ

Същност, особености и ефекти на застрахователните продукти в автомобилното застраховане. Анализ на конкуренцията – видове и форми на конкуренция на автомобилния застрахователен пазар. Състояние и динамика на пазара на автомобилното застраховане в България. Маркетингово сегментиране на пазара на автомобилното застраховане. Влияние на иновациите и дигитализацията върху развитието на автомобилните застрахователи. Прилагане на системата „Бонус-малус“ в автомобилното застраховане. Възможности за повишаване на застрахователната култура на населението в страната.

Критерии за оценяване от членовете на комисията:

1. Съответствие на тема и съдържание
2. Структура на изследването
3. Дълбочина на анализа и цитиране на източниците
4. Актуалност на статистическата информация
5. Наличие на изводи и препоръки на автора
6. Стил, правопис и оформление на текста

Препоръчителна литература

Гаврийски, В. Икономика на застраховането. София, Фондация „Проф. д-р Велеслав Гаврийски”, 2006.

Драганов, Хр., Илиев, Б., Мишева, Ир. и В. Василев. Анализ на дейността на застрахователното дружество. София, Унив. изд. „Стопанство”, 2008, ISBN 978-954-494-928-0.

Драганов, Хр. и Ир. Мишева. Имуществено и лично застраховане. София, унив. изд. „Стопанство”, ISBN: 978-954-494-904-4, 2008.

Драганов, Хр. и Ир. Мишева. Особености при определяне на плащането на застрахователя по застраховка „Гражданска отговорност” на автомобилистите. – П а н о р а м а на труда, 2007, бр. 7-8.

Драганов, Хр. и М. Нейков. Имуществено и лично застраховане. София, Тракия-М, ISBN 954-9574-60-1, 2000.

Кодекс за застраховането. В сила от 01.01.2016 г. Обн. ДВ. бр.102 от 29 Декември 2015 г., ... изм. и доп. ДВ. бр.67 от 15 август 2025 г.

Маркова, Ир. Влияние на застрахователната култура върху потребителското търсене. – *Пари и култура*, No4, 2020, ISSN 2683-0965, <https://drive.google.com/file/d/1oGF4Qy1K5jWQ1T1eefT-sixyeQPHNHmw/view>, с. 17– 41.

Маркова, Ир., Поповянски, Г. и Н. Денчев. Социалното предприемачество в застрахователния бизнес – синергия към устойчиво развитие на икономиката. – *Годишник на ВУЗФ*, том XVI, 2024, София, Издателство на ВУЗФ „Св. Григорий Богослов“, 2025, ISSN 1312-7918, с. 99 – 118, <https://vuzf.bg/uploads/files/8432/%D0%93%D0%9E%D0%94%D0%98%D0%A8%D0%9D%D0%98%D0%9A16.pdf>.

Мишева, Ир. Застрахователната култура – индикатор за състоянието на застрахователния бизнес в България. Десета национална конференция „Застрахователният и осигурителният пазар: реалности, визия, очаквания и приоритети за управление на промяната”, София, 3-4 ноември 2011 г. *Сборник с доклади и презентации*, София, изд. „Авангард Прима”, 2012, ISSN 978-954-323-994-8, с. 189 – 195.

Мишева, Ир. Застрахователен маркетинг. Второ преработено и допълнено издание. ИК – УНСС, София, 2016, ISBN 978-954-644-908-5.

Христозов, Ж. и П. Димитров. Застрахователни продукти. София, Издателство на ВУЗФ, 2012, ISBN 978 – 954 – 8590 – 02 – 2.

Markova. Ir. Insurance culture and consumer demand in the personal insurance market in Bulgaria – *Money&Culture*, 3/2024, ISSN 2683-0965, pp. 3 – 16, https://drive.google.com/file/d/10u_SDcKQHO9MfXQ58TTFV667glWJiiR_/view.

Markova, Ir. Innovations in the insurance business – implementation and economic effects. – *International Journal of Education and Social Science*, Vol. 12 No. 1, February, 2025. ISSN 2410-5171 (Online), ISSN 2451-1246 (Print), published by Research Institute for Progression of Knowledge, <https://ijessnet.com/2025/03/04/vol-12-no-1/>, pp. 17 – 22.

www.fsc.bg