

Отношение граждан России к страховым услугам: аналитический обзор

Юрий Александрович Сплетухов (e-mail: spletuhov@mail.ru), к. э. н., ведущий научный сотрудник Центра исследований в области страхования и управления страховой деятельностью НИФИ Минфина России; доцент департамента страхования и экономики социальной сферы Финансового университета при Правительстве РФ (г. Москва)

Аннотация

Целью статьи является изучение степени заинтересованности граждан России в страховых услугах, выявление причин, влияющих на нее, оценка удовлетворенности качеством таких услуг. Автор анализирует итоги опросов общественного мнения, проводимых в последние годы различными социологическими службами, обобщает особенности формирования платежеспособного спроса на страховые услуги, рассматривает критерии, которыми руководствуются потребители страховых услуг при выборе страховой компании. Делается вывод о том, что, несмотря на положительное в целом отношение к страхованию как к услуге у большинства российских граждан, уровень охвата им в стране остается невысоким. В связи с этим значительное внимание уделено изучению причин, вызывающих негативное отношение потенциальных потребителей к услугам, предлагаемым отечественными страховщиками; среди них, в частности, выделены социальные стереотипы, недостаточная финансовая обеспеченность, невысокая финансовая грамотность, завышенная стоимость страховых продуктов, недоверие к страховым организациям. В заключение предлагаются меры, которые могли бы способствовать увеличению охвата населения страховыми услугами.

Ключевые слова:

страхование, страховая компания, социологическое обследование, заинтересованность в страховой услуге

JEL: G22

ВВЕДЕНИЕ

Социальные факторы играют важную роль в поведении участников страхового рынка. Для их изучения достаточно широко используются регулярно проводимые социологами опросы общественного мнения. При этом рынок страховых услуг является для социологов одним из интереснейших сегментов финансового рынка. Однако анализ многочисленных опросов, проводимых различными социологическими службами в нашей стране, осуществляется достаточно редко, а страховщики, на наш взгляд, в недостаточной мере используют такой инструмент повышения своей конкурентоспособности, как социологическое обеспечение страховой деятельности.

Как показывают исследования, в структуре потребителей страховых услуг можно выделить две группы лиц — потенциальных и реальных пользователей ими [Яковлева А. В., 2015, с. 259]. Однако для оценки масштабов этих групп, реального соотношения между ними, формирования объективной картины обращения к страховым услугам их потребителей важен анализ распространенности конкретных видов страховых продуктов среди

населения, а также мотивов, способствующих или препятствующих возможному переходу потенциальных потребителей в группу реальных потребителей страховых услуг. На основе итогов таких исследований могут быть сделаны выводы о мерах, способствующих росту охвата населения страховыми услугами. Рассмотрению данной проблемы и посвящена настоящая статья.

ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ К СТРАХОВАНИЮ

Опросы общественного мнения показывают, что большинство граждан страны положительно относятся к страхованию как к услуге. Так, в ходе социологического исследования, проведенного Национальным агентством финансовых исследований (НАФИ) в 2015 г., положительное отношение к страхованию высказали 62 % респондентов, а отрицательное — 30 %¹.

Социологический опрос, проведенный исследовательским холдингом «Ромир» в 2018 г., показал, что 77 % респондентов связывают покупку страхового полиса с уверенностью и воспринимают его как гарант своего спокойствия. При этом 69 % не жалеют о его приобретении и потраченных на него деньгах, даже если страховой случай не наступал, 72 % опрошенных готовы рекомендовать оформить страховой полис друзьям и знакомым. Высока и осведомленность россиян об основных страховых продуктах. 80 % респондентов ответили, что они знают, как работает обязательное страхование гражданской ответственности автовладельцев (ОСАГО); о страховании жизни, добровольном медицинском страховании, автокаско и страховании от несчастных случаев знают, соответственно, 79, 76, 75 и 58 % опрошенных².

Однако данные, показывающее наличие у российских граждан договоров страхования, рисуют несколько иную картину. Приведем результаты регулярных социологических опросов, проводимых НАФИ. В 2014 г. о наличии хотя бы одного договора страхования заявили 53 % опрошенных, в 2016 г. — 78 %, в 2017 г. — 55 %. Но надо иметь в виду, что 30–40 % респондентов, положительно ответивших на этот вопрос, указали, что они имеют полис ОСАГО³. Исследование «РосИндекс», проведенное Международной исследовательской компанией Ipsos Comcon в 2017 г., показало, что только у 17 % респондентов оказался действующий полис добровольного страхования⁴. А по результатам опроса, проведенного Банком России в апреле–мае 2017 г., договоры добровольного страхования имели 12,4 % респондентов [Банк России, 2018, с. 17].

По данным, приведенным в табл. 1, среди граждан, имеющих договоры добровольного страхования, наиболее популярны договоры медицинского страхования. Однако надо иметь в виду, что подавляющая часть договоров такого страхования заключается работодателями и за их счет⁵. Также распространено страхование автотранспорта, на случай смерти и от несчастных случаев. В 2014 и 2016 гг. в этом же ряду находилось и страхование недвижимого имущества (без учета муниципального страхования квартир), но в 2017 г. число респондентов, указавших его наличие, резко сократилось. Однако договоры по вышеуказанным видам страхования нередко заключаются по требованию коммерческих банков как условие предоставления соответствующего кредита. Не случайно среди лиц,

¹ День страховщика. Как россияне относятся к услуге и игрокам на этом рынке / НАФИ, 2015. URL: <https://nafii.ru/analytics/den-strakhovshchika-kak-rossiyane-otnosyatsya-k-usluge-i-igrokam-na-etom-rynke>.

² Россияне знают, как работает страхование / Ромир, 2018. URL: <https://romir.ru/studies/rossiyane-znayut-kak-rabotaet-strahovanie>.

³ Страховые услуги: популярность и доверие среди населения / НАФИ. URL: <https://nafii.ru/analytics/strakhovoye-uslugi-populyarnost-i-doverie-sredi-naseleniya/>.

⁴ Россияне назвали три основных критерия выбора страховой компании / РБК, 2017. URL: <https://www.rbc.ru/money/01/09/2017/59a83d819a79471e172d6076>.

⁵ Россияне знают, как работает страхование / Ромир, 2018.

имеющих договоры страхования, только 59 % основным мотивом назвали желание защитить свое имущество, а 49 % указали, что страхование является обязательным⁶. Поэтому доля лиц, заключающих договоры страхования без какого-либо понуждения, значительно меньше числа лиц, пользующихся какими-либо страховыми услугами.

Таблица 1

Доля лиц, имеющих договоры страхования, % от общего числа респондентов

Виды страхования	2014 г.	2016 г.	2017 г.
ОСАГО	37	41	32
Страхование автомобилей (каско)	10	13	10
Добровольное медицинское страхование	11	35	15
Страхование объектов недвижимости	9	14	3
Страхование на случай смерти и от несчастных случаев	10	10	6
Накопительное страхование жизни	2	3	1

Источники: Страховые услуги: популярность и доверие среди населения / НАФИ, 2014 (<https://www.nafi.ru/analytics/strakhovye-uslugi-populyarnost-i-doverie-sredi-naseleniya>); НАФИ: отношение россиян к страховщикам ухудшилось / АСН (<http://www.asn-news.ru/news/65858>).

ФОРМИРОВАНИЕ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОГО СПРОСА

Чем объясняется такое расхождение с данными, свидетельствующими о положительном в большинстве своем отношении россиян к страхованию? Уровень востребованности страхования, как и любых других продуктов и услуг, зависит от платежеспособного спроса и удовлетворяющего потенциальных клиентов предложения страховых услуг. Платежеспособный спрос на страховые услуги связан, с одной стороны, с наличием потребности в страховании как услуге, с другой, — в возможности и в готовности приобрести эту услугу по существующим страховым тарифам.

Потребность населения в страховании определяется наличием у него имущественного интереса, представляющего значительную ценность, и оценкой рисков (опасностей), угрожающих данному интересу. Чем значимее интерес и выше оценка угрожающих ему опасностей, тем больше желание защититься от них, которое при определенных условиях может преобразоваться в склонность к страхованию, т. е. в возникновение спроса на страховые услуги. Таким образом, рост финансового благополучия повышает потребность его защитить, в т. ч. и с помощью страхования.

Что касается процесса осознания угрожающих финансовому благополучию рисков, он связан с объективными и субъективными причинами. Объективные причины — действительная реальность той или иной опасности. По мере роста богатства в обществе, использования все более сложных и опасных видов техники, расширения рамок хозяйственной деятельности, усложнения социальных и общественных связей между людьми число рисков возрастает, что объективно способствует повышению роли страхования.

Однако оценка рисков населением является субъективной: фактическая вероятность наступления той или иной опасности и тяжесть ее последствий могут не совпадать с представлениями о ней. Потребительская оценка формируется под влиянием личного или общественного опыта, общественных стереотипов, воздействия рекламы и прочих факторов. Кроме того, надо учитывать, что все опасности подразделяются на подлежащие и на неподлежащие страхованию. Поэтому намерение потребителей пользоваться услугами страховых компаний во многом зависит и от того, как они оценивают уровень именно тех угроз их благополучию, от которых они могут защититься, заключив договор страхования.

⁶ Страховые услуги: популярность и доверие среди населения / НАФИ.

Таблица 2

Риски, вызывающие опасения у населения

Опасности	Доля респондентов, чувствительных к опасностям, %	Опасности	Доля респондентов, чувствительных к опасностям, %
Дороговизна лекарств и медицинского обслуживания, тяготы, связанные с потерей здоровья	16	Угроза старости, смерти	2
Тревога за близких	15	Стихийные бедствия, катастрофы, пожары	2
Бедность, рост цен, невыплаты зарплаты	14	Бесправие, беззаконие, произвол	2
Безработица	12	Плохие отношения в семье	1
Перемены к худшему	5	Одиночество	1
Нестабильность, неопределенность, безысходность	5	Экономический упадок	1
Бандитизм, воровство, хулиганство	3	Инфляция, дефолт	1
Голод	2	Мафия, терроризм	1
Невозможность дать образование детям, дороговизна образования	2	Наркомания, пьянство	1
Жилищно-бытовые проблемы	2	Слабость власти, угроза политических переворотов	1
		Армия	1

Источник: [Русецкая Э. А., 2010].

Если анализировать общую картину опасностей (табл. 2), то граждане страны в основном выражают беспокойство по поводу рисков, не подлежащих страхованию. Они тревожатся по поводу дороговизны лекарств и медицинского обслуживания, опасаются за своих близких, испытывают страх перед бедностью, ростом цен, невыплатой зарплаты, безработицей. Что касается опасностей, подлежащих страхованию, то среди них указываются злоумышленные действия, стихийные бедствия, катастрофы и пожары, но они волнуют только 5 % респондентов. Это позволяет сделать вывод, что относительно низкая чувствительность к рискам, защиту от которых готовы предоставить страховщики, является одним из препятствий развития страхования в стране.

Однако нельзя утверждать, что те опасности, на случай которых осуществляется страхование, совсем не беспокоят население. Исследования, проведенные ПАО «Росгосстрах», позволяют оценить степень чувствительности населения конкретно к тем опасностям, от которых страховщики могут предоставить защиту (табл. 3).

Таблица 3

Чувствительность населения к страховым рискам

Опасности	Доля респондентов, чувствительных к опасностям, %	Опасности	Доля респондентов, чувствительных к опасностям, %
Дорожно-транспортное происшествие	41	Бандитизм	26
Пожар	36	Инфекционные болезни	24
Ограбление жилья	36	Стихийные бедствия	24
Залив квартиры	29	Отравления	19
Террористические акты	28	Другое	2
Травмы	27	Ничего не боюсь	7

Источник: [Байков С. А. и др., 2007, с. 13].

Таким образом, если учитывать только опасности, подлежащие страхованию, то наиболее значимыми из них для населения являются дорожно-транспортные происшествия,

пожары, ограбление жилья. Далее следуют залив квартиры, террористические акты и бандитизм, стихийные бедствия, нанесение вреда здоровью. Прочие угрозы волнуют население значительно меньше. Однако человек может осознавать опасность, но при этом не предпринимать реальных действий для своей защиты. Готовность защищаться определяется степенью активности или пассивности человека (одной из его индивидуальных характеристик). Но одновременно многое в поведении человека зависит от принятых в том или ином обществе или группе стереотипов поведения. Например, в патерналистских обществах люди обычно более пассивны, поскольку рассчитывают на государственную поддержку.

Для возникновения потребности в страховании важно также осознание необходимости обеспечить себя финансовой защитой, т. е. иметь источники финансирования на случай возникновения случайных непредвиденных событий. Ответ на вопрос — будет ли человек предпринимать какие-то меры в этом направлении, зависит уже не только от типа его характера, но и от его финансовой культуры, т. е. от желания и способности осуществлять финансовое планирование своей жизни. А это также определяется как уровнем развития самого человека, так и типом того общества, в котором он живет. Например, во многих традиционных обществах, где сильны родовые или общинные связи, принято совместно помогать людям, попавшим в беду. Естественно, что в них потребность заранее заботиться об источниках финансирования последствий возможных непредвиденных событий ниже. В целом же закономерностью является то, что с развитием общества повышается заинтересованность в наличии страховых фондов.

Однако страхование — это не единственный способ финансовой защиты от рисков. Современная финансовая система предлагает населению различные способы, с помощью которых можно попытаться защититься от опасностей. Помимо страхования это могут быть самострахование (индивидуальное накопление средств на случай наступления неблагоприятных событий), привлечение внешнего финансирования для компенсации потерь (например, кредита). Наконец, в определенных ситуациях человек может рассчитывать на помощь со стороны государства.

Опросы, проведенные НАФИ в 2014 и 2017 гг., показывают, что почти 40 % россиян вообще ничего не предпринимает для того, чтобы финансово обезопасить себя от неблагоприятного стечения обстоятельств. Около 20 % опрошенных хранят деньги дома, около 15 % размещают денежные средства на счетах в банках. Кроме того, еще около 20 % респондентов надеются в основном на помощь родственников⁷. Таким образом, более половины россиян страховые фонды вообще не создают. В чем причины такого поведения?

Выше мы уже отмечали, что население в подавляющем большинстве наиболее чувствительно к опасностям, которые сложно решить с помощью создания финансовой подушки безопасности. На фоне общих социальных и экономических проблем частные риски кажутся не такими существенными. Кроме того, определенной доле людей свойственно нежелание задумываться о возможных опасностях либо фатальное отношение к ним. Так, например, в ходе опроса, проводимого ПАО «Росгосстрах» среди владельцев загородных домов, 19 % респондентов ответили, что их недвижимости ничего не угрожает, а 49 % — что для ее защиты они не пользуются ничем. В то же время отношение к опасностям резко меняется после того, как неблагоприятное событие произойдет. Так, в ходе того же социологического опроса было выделено две группы владельцев недвижимости: лица, с домами которых не происходило никаких происшествий, и лица, чьим домам был нанесен ущерб. В первой группе 46 % респондентов ответили, что их дому ничего не угрожает, а во второй группе так ответили только 5 %. Это свидетельствует об определенной недалекости части людей в отношении угрожающих их опасностей [Байков С. А. и др., 2007, с. 20].

⁷ Финансовая подушка безопасности / НАФИ. URL: <https://nafi.ru/analytics/finansovaya-podushka-bezopasnosti>.

Определенное значение имеет также фактор расчета на помощь со стороны государства или работодателей. Известно, что стимулы обеспечивать себя собственной страховой защитой снижаются при наличии качественной системы государственного социального страхования или иных форм государственной поддержки лиц, испытывающих финансовые проблемы (что подтверждает, например, анализ уровня развития добровольного медицинского страхования в тех странах, где имеется или отсутствует возможность для большинства граждан получить качественную бесплатную медицинскую помощь).

К другим причинам, видимо, относятся низкий уровень достатка (нечего и не на что защищать), социальные стереотипы (патернализм, надежда на помощь близких и т. п.), уровень финансовой грамотности (доля респондентов, которые стремятся обеспечить себя финансовой подушкой безопасности, среди высокообразованных респондентов примерно 70 %, а среди лиц, имеющих только среднее образование, — 44 %). В любом случае очевидно, что отказ этих людей от страхования определяется более глобальными причинами, нежели деятельностью непосредственно страховых организаций.

Однако и те россияне, которые стремятся обеспечить себя финансовой подушкой безопасности, выбирают отнюдь не страхование. Здесь преобладает самострахование, т. е. индивидуальное накопление средств. Так, более 20 % респондентов в этих целях хранят средства дома, примерно 15 % открывают счета в банках, 3–7 % приобретают недвижимость, 1 % вкладывает средства в антиквариат и драгоценности. На получение страховой выплаты от страховщиков рассчитывает небольшое количество опрошенных — от 3 до 8 %. Это, на наш взгляд, свидетельствует о том, что даже в организации финансовой защиты от последствий таких событий, на случай которых осуществляется страхование (пожары, хищение, утрата трудоспособности и т. п.), оно не рассматривается населением как приоритетный механизм. Указанное обстоятельство — еще один важный фактор невысокого уровня развития страхования в стране.

ПРИЧИНЫ ОТРИЦАТЕЛЬНОГО ОТНОШЕНИЯ К СТРАХОВАНИЮ

Вышеупомянутое исследование «РосИндекс» показало, что 21 % лиц, не пользующихся страховыми услугами, не видят в них смысла и выгоды, а еще 13 % — никогда не думали о приобретении страховки, 15 % незастрахованных респондентов заявили, что считают услуги страховщиков неоправданно дорогими, 11 % не доверяют страховым компаниям⁸. Согласно исследованию, проведенному «Ромир» в 2018 г., 29 % россиян, не имеющих полисы страхования, объясняют это нехваткой денег, 27 % в качестве причины называют отсутствие потребности, еще 20 % не доверяют страховым компаниям⁹.

Таким образом, анализ социологических опросов показывает, что преобладающими причинами невысокого уровня развития страхования в стране, по мнению потенциальных потребителей страховых услуг, являются: невысокая потребность в страховании, недостаточная финансовая обеспеченность, завышенная стоимость страховых продуктов, недоверие к страховым организациям. Остановимся на этих причинах подробнее.

Многие россияне называют в качестве основной причины отказа от заключения ими договоров страхования отсутствие потребности в нем. На наш взгляд, этот факт тесно связан с приведенными выше результатами опросов, свидетельствующими о том, что значительное число граждан вообще не принимает каких-либо мер по формированию собственной финансовой подушки безопасности.

Другая часто называемая причина — отсутствие денег. С изменением уровня благосостояния меняются жизненные ценности человека, что оказывает влияние на его потребительское поведение, в т. ч. и на склонность к страхованию. При минимальном уровне

⁸ Россияне назвали три основных критерия выбора страховой компании / РБК, 2017.

⁹ Россияне знают, как работает страхование / Ромир, 2018.

дохода потребности ограничиваются приобретением еды, одежды, обеспечением себя крышей над головой. В этой системе ценностей для страхования практически нет места. С повышением величины дохода человек обзаводится все большими материальными ценностями, а потому появляется объективная потребность сохранить их. С другой стороны, получаемых доходов хватает не только для удовлетворения первоочередных нужд, но и для приобретения товаров и услуг, обеспечивающих социализацию и самореализацию, в т. ч. решающих задачу обеспечения безопасности, включая финансовую. Здесь при определенных условиях может найтись место и страхованию. Многочисленные исследования показывают, что формирование платежеспособного спроса на страховые услуги, приводящее к резкому росту их потребления, начинается тогда, когда размер дохода на одного члена семьи достигает \$600–800 в месяц [Зубец А. Н., 2001, с. 7].

Проанализируем результаты социологических опросов по этому вопросу, проводимых в нашей стране. В исследовании, проведенном Центром стратегических исследований ОАО «Росгосстрах», все опрошенные были разделены на пять групп в зависимости от материального благосостояния. В табл. 4 приведены данные о количестве страховых полисов на одну семью и об удельном весе семей, имеющих хотя бы один договор страхования, с учетом и без учета страховых полисов ОСАГО.

Таблица 4

Распространенность страхования среди семей с различным уровнем дохода

Доходная группа	Количество полисов на семью		Наличие хотя бы одного полиса на семью, %	
	С учетом ОСАГО	Без учета ОСАГО	С учетом ОСАГО	Без учета ОСАГО
Денег с трудом хватает на питание	0,5	0,3	36,5	23,8
Питаемся хорошо, можем приобрести предметы первой необходимости	0,9	0,5	61,7	35,3
Можем купить крупную бытовую технику, но не новый автомобиль	1,1	0,6	70,6	41,6
Могу купить машину, на квартиру денег не хватает	1,4	0,7	83,6	49,7
Могу купить квартиру или новый дом	1,6	0,8	83,8	50,5
Население в целом	0,9	0,5	60,0	35,6

Источник: [Байков С. А. и др., 2007, с. 78].

Как видно из приведенных данных, по мере роста уровня доходов число страховых полисов в семье неуклонно увеличивается. Примерно такая же закономерность наблюдается и в отношении повышения удельного веса семей, имеющих хотя бы один страховой полис, однако здесь обращает на себя внимание незначительная разница между семьями двух наиболее доходных групп. Данную закономерность подтверждает и опрос, проведенный Банком России в 2017 г. Если среди всех респондентов доля лиц, имевших договоры добровольного страхования в последний год до его проведения, составила 12,4 %, то среди респондентов с самыми низкими доходами — только 4,8 % [Банк России, 2018].

Характерно, что отношение граждан к страхованию как к услуге улучшается с ростом их достатка. Проанализируем, например, результаты опроса ОАО «Росгосстрах». Среди лиц, которым едва хватает денег только на питание, положительно относящихся к страхованию было менее половины, причем только 26,1 % считали страхование эффективным способом борьбы с опасностями. Среди тех респондентов, которые полагали, что они хорошо питаются и могут приобрести предметы первой необходимости, почти 70 % положительно отнеслись к страхованию, а 33,6 % из них назвали его эффективным способом борьбы с опасностями. Наконец, среди лиц, оценивающих свой достаток выше, примерно 80 % положительно относятся к страхованию и более 40 % рассматривают его как эффективный способ борьбы с опасностями [Байков С. А. и др., 2007, с. 36]. В то же время обращает

на себя внимание, что даже среди лиц с высокими доходами доля тех, кто пользуется добровольным страхованием, составляет примерно половину. Очевидно, что для второй половины таких лиц отсутствие финансовых возможностей вряд ли является значимой причиной не пользования страховыми услугами. Видимо, причины здесь другие.

Как мы уже отмечали, еще одна важная причина отсутствия желания заключать договоры страхования — недостаточный уровень доверия к страховым компаниям. Проанализируем результаты опросов, проведенных НАФИ в 2012–2017 гг. (табл. 5).

Таблица 5

Доля лиц, доверяющих финансовым организациям, %

Перечень финансовых организаций	2012	2013	2014	апрель 2015	ноябрь 2015	июль 2016	июль 2017
Страховые компании	35	41	38	35	34	40	35
Банки	64	78	74	56	59	67	60
Инвестиционные компании	17	19	19	16	16	18	17
Негосударственные пенсионные фонды	19	19	19	19	22	24	15
Микрофинансовые организации	14	13	11	8	11	8	5

Источник: Доверие к банкам, страховым компаниям и НПФ заметно снизилось / НАФИ (<https://nafi.ru/analytics/doverie-bankam-strakhovym-kompaniyam-i-npf-zametno-snizilos/>).

На протяжении последних пяти лет страховым организациям стабильно доверяют только 35–40 % респондентов. Таким образом, число лиц, доверяющих страховщикам, более чем в 1,5 раза ниже количества граждан, положительно относящихся к страхованию как к услуге. В то же время число россиян, доверяющих банкам, значительно выше. Однако к другим финансовым организациям россияне относятся еще более недоверчиво, чем к страховым компаниям.

В чем же причины такого недоверия? Доминирующий фактор недоверия к страховщикам — сомнения в том, что они выполняют свои обязательства, усугубленные как личным негативным опытом общения со страховыми компаниями после наступления страховых случаев, так и бытующим в обществе недоверием в целом ко всем финансовым структурам.

Однако степень доверия граждан к страховым организациям повышается с ростом их уровня жизни. Обследование, проведенное НАФИ, показало, что если среди лиц, считающих свое материальное положение плохим, доверяют страховщикам только 27 %, то среди лиц с оценкой своего материального положения как среднее, — 37 %, а как хорошее — 49 %¹⁰. Значительно выше число лиц, доверяющих страховым организациям, и среди активных пользователей страховыми услугами. Так, среди респондентов, не пользующихся страховыми услугами, доля доверяющих страховщикам составляет 19 %, среди имеющих один страховой полис — 47 %, два и более — 60 %. Видимо, это объясняется тем, что фактический уровень качества страховых услуг в настоящее время выше, чем устоявшееся мнение об этом. Об этом свидетельствует, в частности, тот факт, что среди лиц, которым приходилось обращаться к страховщикам, доля тех, кто оценивает качество обслуживания в них как ниже среднего и низкое, составляет только 7 %¹¹.

КРИТЕРИИ ВЫБОРА СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Остановимся, наконец, на тех критериях, которые принимаются во внимание потребителями страховых услуг при решении вопроса о заключении договора страхования. Обратимся к результатам опроса, проведенного НАФИ. Респондентам задавался вопрос о том, на

¹⁰ Страховые услуги: популярность и доверие среди населения.

¹¹ Там же.

какие факторы при выборе страховщика они прежде всего обращают внимание. На первое место был поставлен фактор надежности страховой организации (64 %), на второе — размер страховых взносов, его выбрали 25 % опрошенных. Кроме того, важную роль играют рекомендации знакомых, понятность условий страхования, срок существования страховой компании, оперативность осуществления страховых выплат¹².

Аналогичное исследование в 2015 г. проводила и компания Synovate Comcon. Оно показало, что страхователи при заключении договоров страхования чаще всего руководствуются хорошей репутацией страховой компании (так ответили на заданный вопрос 54 % респондентов) и ее известностью (данный вариант выбрали 28 % опрошенных). Третий по значимости критерий при выборе страховщика — срок существования компании на рынке — выделили 20 %. Наконец, качество обслуживания (приемлемые тарифы, быстрое оформление, оперативность при страховом случае, вежливое отношение) заботит 10 % пользователей страховыми услугами¹³. В ходе опроса, проведенного в 2018 г. «Ромир», 76 % респондентов важнейшим фактором при принятии решений о выборе той или иной страховой компании назвали гарантию осуществления страховых выплат¹⁴.

Таким образом, в представлении большинства потенциальных потребителей страховых услуг основным критерием, на который следует обращать внимание при выборе страховой организации, является ее надежность, наличие гарантий того, что она выполнит свои обязательства при наступлении страхового случая. В связи с этим заслуживает внимания точка зрения, что на страховом рынке сложилась устойчивая практика системных невыплат или снижения размера выплат страхового возмещения. Это обусловлено не только недостаточной финансовой устойчивостью страховщиков, но и комплексом таких субъективных факторов, как условия договоров страхования, стратегия развития страховой компании, структура ее собственности и т. п. [Лайков А. Ю., 2013, с. 48–49].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, несмотря на положительное в целом отношение к страхованию как к услуге у большинства российских граждан, уровень охвата договорами добровольного страхования в стране остается невысоким. Основные причины этого, с одной стороны, социальные стереотипы, недостаточная финансовая обеспеченность, невысокая финансовая грамотность значительной части населения, с другой, — завышенная стоимость страховых продуктов, недоверие к страховым организациям. При этом доминирующим фактором недоверия к страховщикам являются сомнения в выполнении ими своих обязательств, а основным критерий при выборе страховой организации — ее надежность, уверенность в том, что она выполнит свои обязательства перед страхователем.

В связи с этим нельзя не согласиться с точкой зрения, в соответствии с которой рост охвата страхованием во многом зависит от повышения доверия страхователей к страховщикам и от наличия полноценной защиты прав потребителей страховых услуг [Ахвледiani Ю. Т., 2016, с. 104]. Для этого необходимо изменение стратегии страховщиков в сторону большей клиентоориентированности и повышение правовой защиты потребителей страховых услуг с учетом специфики страховой деятельности. Важное значение имеют также формирование эффективного механизма досудебного урегулирования споров между страховщиками и страхователями; формирование гарантийных фондов по массовым, социально значимым видам страхования в целях обеспечения исполнения обязательств, принятых по договорам страхования страховщиками; совершенствование практики страхового надзора.

¹² Критерии выбора страховой компании / НАФИ, 2013. URL: <https://naf.ru/analytics/kriterii-vybora-strakhovoy-kompanii-v-2013-godu>.

¹³ Россияне назвали три основных критерия выбора страховой компании / РБК.

¹⁴ Россияне знают, как работает страхование.

Список источников

Ахведиани Ю. Т. Тенденции и перспективы развития страхового бизнеса в России // Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал. 2016. № 6 (34). С. 103–109.

Байков С. А., Жирнихин А. С., Зубец А. Н., Смирнова К. А. Потребительское поведение на финансовых рынках России / Под ред. А. Н. Зубца. М.: Экономика, 2007, 271 с.

Зубец А. Н. Маркетинговые исследования страхового рынка. М.: Центр экономики и маркетинга, 2001.

Лайков А. Ю. О готовности страховщиков своевременно платить страховое возмещение // Финансы. 2013. № 2. С. 107–109.

Русецкая Э. А. Страхование как механизм повышения эффективности системы повышения экономической безопасности россиян: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. Ставрополь, 2010.

Стратегия повышения финансовой доступности в Российской Федерации на период 2018–2020 годов. М.: Банк России, 2018.

Яковлева А. В. Экономическое поведение участников страхового рынка в отношении страхования безработицы: социологический подход // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2015. № 1. С. 258–264.

Yu. A. Spletukhov**Attitude of Russian Citizens to Insurance Services: Analytical Review****Author's affiliation:**

Yuri A. Spletukhov (e-mail: spletuhov@mail.ru), ORCID 0000-0001-8423-5867, Financial Research Institute, Moscow 127006, Russian Federation

Abstract

The purpose of the article is to study the interest degree of Russians in insurance services, to identify the causes affecting it, to assess satisfaction with their quality. In order to solve it, the author analyzes the results of public polls conducted within recent years by various sociological services, summarizes the features of formation of effective demand for insurance services, discusses the criteria that guide consumers of insurance services when choosing an insurance company. The conclusion is drawn, that despite the generally positive attitude of the most Russian citizens towards insurance as a service, the level of coverage in the country remains low. In this regard, considerable attention is paid to the study of the causes of negative attitudes of potential consumers to the services offered by domestic insurers. Among those, in particular, are social stereotypes, insufficient financial security, low financial literacy, overestimated cost of insurance products, distrust of insurance organizations. In conclusion, the author suggests the measures that could help increase the coverage of the population with insurance services.

Keywords:

insurance, sociological survey, interest in insurance services

JEL: G22

<https://doi.org/10.31107/2075-1990-2019-1-66-75>

References

Akhvlediany Yu.T. (2016). Trends and Prospects of the Insurance Business Development in Russia. *Finansovyj zhurnal – Financial Journal*, no. 6 (34), pp. 103–109 (In Russ.).

Baikov S.A. et al. (2007). Consumer Behavior in the Financial Markets of Russia. *Ekonomika Publ* (In Russ.).

Bank of Russia (2018). Strategy of Increasing Financial Affordability in the Russian Federation in 2018–2020. Moscow: Bank of Russia (In Russ.).

Laykov A.Y. (2013). About the Willingness of Insurers to Pay Insurance Compensation in a Timely Manner. *Finansy – Finance*, no. 2, pp. 107–109 (In Russ.).

Rusetskaya E.A. (2010). Insurance as a Mechanism for Increasing the Efficiency of the System for Enhancing the Economic Security of Russians. Extended abstract of dissertation of Doctor of Economics. Stavropol (In Russ.).

Zubets A.N. (2001). Marketing Research of the Insurance Market. Moscow: Center for Economics and Marketing. URL: http://nashaucheba.ru/v52505/zubets_a.n._marketing_insled_insurance_market (In Russ.).

Yakovleva A.V. (2015). The Economic Behavior of Insurance Market Participants in Relation to Unemployment Insurance: A Sociological Approach. Scientific journal NRU ITMO. Series “Economics and Environmental Management”, no. 1. pp. 258–264 (In Russ.).