

Мотивы приобретения полиса добровольного страхования жизни (на примере жителей Москвы и МО)

Научный руководитель – Гаврилов Кирилл Андреевич

Садыков Чингиз Загирович

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет социальных наук, Москва, Россия
E-mail: chingizsadykov@yahoo.com

Наше исследование направлено на изучение рынка услуг личного страхования в Москве. Акцент сделан на интерпретативный подход, направленный на изучение поведения потребителей рынка страховых услуг Москвы и МО, их глубинных мотивов и убеждений, касающихся темы добровольного личного страхования. Для исследования был выбран метод глубинного полуструктурированного интервью, посредством которого была собрана информация у двадцати информантов, проживающих в Москве и МО и обладающих при этом различными социально-демографическими характеристиками.

Проблемная ситуация, вокруг которой было сформировано данное исследование, во многом парадоксальна. Несмотря на тот факт, что Россия по своим экономическим показателям во многом не отстаёт от западных стран, услуги по страхованию жизни в нашей стране составляют лишь 7% в общем сегменте страхования, в то время как в западных странах этот показатель равен 60-70% в среднем. Предполагая, что причиной является иное восприятие личного страхования россиянами, мы называем *целью* данного исследования выявление мотивов и факторов, определяющих потребление услуг добровольного личного страхования, а также исследование субъективного восприятия добровольного личного страхования жителями Москвы и МО, иными словами - смыслов, которые вкладывают потребители в приобретение данных услуг.

Проблема, которую мы ставим в данном исследовании, заключается в анализе мотивов потребителей страхования жизни, а также выявлении причин слабой заинтересованности населения в программах страхования жизни, несмотря на рост уровня благосостояния и повышение социальной стабильности.

В качестве теоретических рамок данного исследования были взяты научные направления экономической социологии (К.Поланьи, В.Зелизер), теория хозяйственной мотивации (П. Самуэльсон, И.Фишер, Ф.Найт), а также социология рисков (Ф. Эвальд, Н. Луман, Э. Гидденс и У. Бек).

Основываясь на теоретических рамках, мы выдвинули гипотезу о страховой культуре как определяющем факторе потребительского поведения страхователей, гипотезу о восприятии страхования как светского ритуала (в соответствии с концепцией В.Зелизер), гипотезу о коммодификации ценностей (таких, как жизнь, здоровье, безопасность, и т.п.), а также гипотезу о социальном капитале как механизме снижения рисков.

Помимо поиска подтверждения для наших гипотез, мы также проанализировали уровень страховой культуры информантов, влияние социально-демографических характеристик страхователя на его выбор услуги, а также наличие доступных субститутов формализованного личного страхования. Помимо прочего, нами были выявлены основные стратегии поиска подходящего страховщика и конкретного продукта, а также те критерии, которыми руководствуются потребители на рынке услуг добровольного личного страхования при выборе.

По результатам исследования, мы подтвердили наши гипотезы о ритуализации страхования и об определяющем влиянии страховой культуры индивида на восприятие и приобретение страховой услуги. Частично были подтверждены гипотезы о коммодификации ценностей и социальном капитале как механизме снижения рисков. Помимо этого, нами были выделены 3 категории потребителей, отличающихся своим восприятием страховой услуги и целью её приобретения: потребители с “высокой” страховой культурой, “средней” и “низкой”. Также, одной из особенностей, выделенной нами, является тот факт, что для большей части информантов страхование имело главным образом эмоциональную ценность: страхование для них было сопряжено с ощущением безопасности, спокойствия и стабильности.

Наше исследование проливает свет на глубокие субъективные процессы, определяющие восприятие личного страхования, а также позволяет объяснить низкую популярность страховых услуг с точки зрения интерпретативного подхода.

Источники и литература

- 1) 1. Барсукова С. Ю. Неформальная экономика: экономико-социологический анализ. М.: ГУ ВШЭ, 2004.
- 2) 2. Воблый К. Г. Основы экономии страхования. Тип. И.И. Чоколова, 1915.
- 3) 3. Гомелля В. Б. Основы страхового дела. М: СОМИНТЭК, 1998.
- 4) 4. Де Сото Э. Иной путь. Невидимая революция в третьем мире. М.: Catalaxy, 1995.
- 5) 5. Зелизер В. Социальное значение денег // Экономическая социология, Т. 5. 2004. №1. С. 108-120.
- 6) 6. Зелизер В. Человеческие ценности и рынок: страхование жизни и смерть в Америке XIX века (пер. Е. Бердышевой) // Экономическая социология, Т. 11. 2010. №2. С. 54-72.
- 7) 7. Мазаева М. В. Экономическое поведение участников страхового рынка: социологический подход к изучению // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены, №1(101). 2011 г. С. 44-51.
- 8) 8. Малиева А. А. Развитие института страхования в России // Историческая и социально-образовательная мысль. 2012. №13. С. 46-51.
- 9) 9. Малкова М. А. Формальные и неформальные стратегии снижения риска: страхование vs накопления социального капитала // Экономическая социология, Т.10. 2009. №1. С. 109-126.
- 10) 10. Ованесян Н. М. Системно-структурный подход к оценке социальных аспектов страхования // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2008. №3.
- 11) 11. Отношения россиян к страхованию изменилось в связи с кризисом: исследование Росгосстраха // Страхование в России: [веб-сайт]. 2009. URL: <http://www.allinsurance.ru/biser.nsf/AllDocs/OMIN7NBBC6150109481?OpenDocument>
- 12) 12. Пантелеева А. П. Экономическая сущность страхования жизни // Экономикс. 2013. №2. С. 35-39.
- 13) 13. Райхер В. К. Общественно-исторические типы страхования. М., Юкис, 1992.
- 14) 14. Радаев В. В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Экономическая социология, Т.3. 2002. №4. С. 20-32.
- 15) 15. Радаев В. В. Экономическая социология. 2 изд. М.: ГУ ВШЭ, 2008.

- 16) 16. Ритцер Дж. Современные социологические теории. 5-е изд. М., СПб.и др.: Питер, 2002.
- 17) 17. Цой М., Щеколдин В. Изучение предпочтений потребителей услуг страховой компании на основе критериев согласия при помощи CHAID-анализа//Сервис в России и за рубежом. Т. 11. 2017. № 4 (74). С. 124-137.
- 18) 18. Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., Левинсон А; под ред. И. Штейнберга. Качественные методы. Полевые социологические исследования. СПб.: Алетейя, 2009.
- 19) 19. Экономика и социология доверия (под ред. Ю.В. Веселова). СПб.: Социологическое общество им. М. М. Ковалевского, 2004.
- 20) 20. Ядов В.А. Стратегии и методы качественного анализа данных //Социология: методология, методы, математическое моделирование (4М). 1991. № 1. С. 14-31.
- 21) 21. Ewald F. Insurance and Risk. Chicago, 1991.
- 22) 22. Zelizer V. Morals and markets: the development of life insurance in the United States. N. Y.: Columbia University Press, 1979.