

# страх... надолго?

*страховая культура населения:  
содержание с позиции институционального подхода  
и специфика проявления в России*

## Аннотация

*В статье обоснована целесообразность институциональной трактовки страховой культуры как особой совокупности норм, правил и ценностных установок, регулирующих экономическое поведение участников страхового рынка. Выделены особенности страховой культуры населения в России, при этом особое внимание уделено анализу оппортунистического поведения и доверия как институциональной основы развития рынка страховых услуг. Сформулированы и исследованы признаки цивилизованной кредитной культуры заемщиков, рассматриваемые как целевые ориентиры для формирования в отечественной практике.*

**Ключевые слова:** страхование, страховая культура, рынок страховых услуг, институты, институциональная среда, оппортунистическое поведение, доверие

Одним из важнейших аспектов становления институциональной среды страхового рынка в отечественных условиях выступает формирование развитой страховой культуры населения. Важность формирования цивилизованной страховой культуры в России обусловлена тем, что в отличие от формальных, относительно быстро изменяющихся норм, неформальные институты меняются постепенно, опираясь на исторический опыт, при этом определяют успех институциональных трансформаций, обеспечивают эффективность института, в данном случае – института страхования.

## **Что такое страховая культура?**

Прежде всего, уточним содержание понятия «страховая культура». В настоящее время этот

### **Новиков**

**Александр Павлович**

*аспирант кафедры*

*финансов и кредита,*

*Ярославская*

*государственная*

*сельскохозяйственная*

*академия*

*psknov@mail.ru*

термин активно используется в научной и публицистической печати. Так, Ю.В. Панков определяет страховую культуру как экономическую категорию в координатах системного подхода [9]. По мнению А.Н. Зубца, понятие «страховая культура» тождественно пониманию (уяснению) потенциальным страхователем (гражданином) сущности страховой защиты, оно тесно связано с принятием или отрицанием страхования потенциальными его потребителями [3]. А.Г. Кораблева считает, что страховая культура – это уровень познания общества и его процессов, а также широта кругозора, способствующие уяснению сущности и значения страхования, а также позволяющие его внедрять и использовать в общественной жизни [4]. Имеются и другие точки зрения, при этом чаще всего страховая культура упоминается в том или ином контексте без обозначения самого содержания данного понятия [5].

Заметим, что в представленных точках зрения отсутствует институциональное понимание феномена страховой культуры. Вместе с тем, именно институциональный подход позволяет наиболее корректно определить страховую культуру, поскольку акцентирует внимание на регулируемости экономического поведения индивидов совокупностью норм и правил – институтов. Страховую культуру целесообразно обозначить как совокупность исторически развивающихся программ деятельности субъектов страхования, выступающих условием воспроизводства и изменения всей системы страховых отношений. В свою очередь программы страховой деятельности, составляющие основу страховой культуры, представлены многообразием различных форм: знаний, навыков, образцов деятельности и поведения, экономических целей и ценностных ориентаций. В своей совокупности и динамике они образуют исторически накапливаемый опыт страховых отношений. Страховая культура, благодаря системе ценностей и определенных норм, обеспечивает не только взаимопонимание, но и регулирует взаимоотношения, формы коммуникаций и деятельности участников страхового рынка.

### **Низкий уровень страховой культуры**

Одной из наиболее распространенных характеристик страховой культуры соотечественников является ее низкий уровень, что напрямую отражает слабость проникновения института страхования в социально-экономическую практику российских домашних хозяйств в сравнении с зарубежными тенденциями. Как указывает В. Нечепя, «на Западе степень проникновения страховых услуг составляет 95%, в то время как в России данный показатель составляет около 10%» [11]. Действительно, как показывают данные социологических опросов каждый второй россиянин не пользовался страховыми услугами (53%) [10].

С одной стороны, подобные результаты являются следствием низкого уровня доходов населения. Иначе говоря, на ограниченную распространенность института страхования домашних хозяйств наибольшее влияние оказывает не собственно страховая культура как степень распространенности норм цивилизованного страхового поведения, сколько финансовая недоступность и самих страховых услуг, и имущества, актуализирующего спрос на них. С другой стороны, нельзя игнорировать обозначившуюся в 2000-х годах тенденцию роста доходов и уровня жизни населения, на фоне которой проявляются иные негативные национальные особенности страховой культуры российских граждан. Среди них можно выделить:

*1. Распространенность среди граждан патерналистских настроений*, то есть убежденность в том, что государство, правительство обязаны заботиться о гражданах, обеспечивать удовлетворение их потребностей за государственный счет, принимать на себя все заботы о благоденствии граждан.

*2. Приоритетность имущественного страхования.* По официальным данным, страхование жизни в силу неразвитости составляет лишь небольшую долю рынка (3%) [2]. Между тем поведенческие предпочтения страхователей наиболее ярко проявляются в сфере долгосрочного страхования жизни. Во всех странах с развитой

рыночной экономикой страхование жизни является важнейшим элементом социальной системы государства [7]. Впрочем, эта особенность во многом закономерна [1].

*3. Низкая финансовая грамотность населения.* Недостаточное понимание сути страховых услуг ограничивает распространение страхового опыта, который, в свою очередь, не способствует повышению финансовой грамотности.

*4. Преобладание обязательных видов страхования.* В этом смысле добровольное страхование – важный индикатор степени развития страховой культуры, поскольку обязательное страхование существует в силу закона, то есть инициируется совокупностью формальных норм и правил.

*5. Распространенность поведенческой модели,* ориентированной на достижение краткосрочных интересов. Стремительность институциональных изменений 90-х годов трансформировала привитую домашним хозяйствам в советский период практику долгосрочного экономического планирования. Произошла временная ценностная переориентация (жизнь «сегодняшним днем» стала нормой), что не может не отражаться на институте страхования.

### ***Опportunизм в страховании***

В контексте институционального рассмотрения страховой культуры населения в России особого внимания заслуживает проблематика распространности оппортунистического поведения – поведения индивида, который стремится получить одностороннюю выгоду за счет партнера, уклоняясь от соблюдения условий контракта [8].

Уточним, что целерациональное действие во многом заключается в формировании соответствующих действительности ожиданий относительно поведения предметов окружающего мира и людей, в предсказуемости деятельности. Соответствие действий контрагента ожиданиям становится особенно важным в тех ситуациях, когда риск принимаемых индивидом решений определен действиями контрагента, что особенно характерно для страхования.

В условиях взаимозависимости страховщика и страхователя целерациональное действие воз-

можно лишь при наличии доверия в качестве нормы, регулирующей страховые отношения. Доверие заключается в ожидании определенных действий окружающих (выплата страхового возмещения), которые влияют на выбор индивида (вступать в страховые отношения или нет), когда индивид должен начать действовать до того, как станут известными действия окружающих (внесение страховой премии предшествует страховому возмещению).

Таким образом, наряду со спецификой национального экономического менталитета, одной из институциональных причин недостаточного развития страховой культуры и распространенности оппортунистических моделей поведения страхователей в российской практике является низкий уровень доверия населения как к финансовым институтам вообще, так и к страховым компаниям в частности [6]. Повышение уровня доверия в этой связи – ключевое направление развития страховой культуры. Как отмечает А.А. Цыганов, «когда говорят о страховой культуре, часто забывают, что знания о страховании актуальны лишь в условиях доверия к страховым компаниям» [12]. В заключение сформулируем признаки цивилизованной страховой культуры, которой следует рассматривать как целевые ориентиры для формирования в отечественной практике.

*Во-первых*, лояльность к страховым отношениям как таковым, обусловленная осознанием потребности в страховой защите и доверием к финансовым институтам в целом и к страховщикам в частности.

*Во-вторых*, понимание сути страховых отношений и их конкретных особенностей, обусловленных спецификой конкретной страховой сделки (в том числе осознание принимаемых сторонами сделки рисков и обязанностей).

*В-третьих*, умение вступать в страховые отношения по мере необходимости, с учетом взвешенной оценки собственных экономических интересов (и наоборот – умение игнорировать страховые отношения при их несоответствии реальным личным интересам).

*В-четвертых*, немотивированное дополнительно стремление страхователя соблюдать принятые на

себя контрактные обязательства, что исключает оппортунистическое поведение.

### **Вывод**

Очевидно, что формирование цивилизованной страховой культуры населения в отечественной практике является сложным и длительным процессом, ориентирующим на кропотливую работу как самих участников страхового рынка, так и органов государственного регулирования. Тем не менее, без данной институциональной единицы устойчивое развитие рынка страховых услуг и национальной экономики в целом представляется невозможным. Основными направлениями этой работы является повышение финансовой грамотности населения, расширение доступа населения к финансовой информации, развитие страховой культуры страховщиков, стимулирование уровня доходов и жизни граждан, адекватное требованиям времени изменение законодательной базы.

### **Литература**

1. Андреева А. Страховая пассивность // Реальный бизнес. 2010. URL: <http://www.real-business.ru/subpage.php?material=1256>.
2. Доклад о состоянии и развитии российского рынка страхования за 2008 год // Федеральная служба страхового надзора [официальный сайт]. 2009. URL: [http://www.fsn.ru/www/site.nsf/web/doc\\_27052009161845.html](http://www.fsn.ru/www/site.nsf/web/doc_27052009161845.html).
3. Зубец А.Н. Страховой маркетинг в России. Практ. пособие. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1999. – 336 с.
4. Кораблева А.Г. Место страхования в сфере финансовых услуг: препринт. – Волгоград: Издательство Волгоградского государственного университета, 2001. – 24 с.
5. Кремлянский А. О страховой культуре страховщиков // Страховое дело. – 1999. – № 2. – С. 42–46.
6. Кузина О.Е., Ибрагимова Д.Х. Доверие финансовым институтам: опыт эмпирического исследования // Мониторинг общественного мнения. – 2010. – № 2. – С. 26–39.
7. Мазаева М.В. Экономическое поведение участников страхового рынка: социологический подход к

- изучению // Мониторинг общественного мнения. – 2011. – № 1. – С. 44–51.
8. Одинцова М.И. Институциональная экономика. – М.: ГУ-ВШЭ, 2009. – 397 с.
9. Панков Ю.В. Страховая культура как экономическая категория [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://samlib.ru/p/pankow\\_j\\_w/dvguard2004.shtml](http://samlib.ru/p/pankow_j_w/dvguard2004.shtml).
10. Страхование и кризис // Мониторинг общественного мнения. – 2009. – № 5. – С. 107–109.
11. Страховая культура растет, но не стала еще нормой жизни // Группа компаний «Стерх-Медиа» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sterhmedia.ru/obzhestvo/strahovaya-kultura.html>.
12. Цыганов А.А. Институциональное развитие показано российскому страховому рынку // Страховое дело. – 2007. – № 10. – С. 4–8.

pn

**Alexandr P. Novikov**

*Postgraduate Student, Chair of Finance and Credit,  
Yaroslavl State Agricultural Academy*

### **Insurance Culture of the Population: the Content from the Perspective of the Institutional Approach and the Specifics of Its Manifestation in Russia**

Abstract

**T**he article proves the expediency of the institutional interpretation of insurance culture as a particular set of norms, rules and values, governing the economic behavior of participants in the insurance market. The author points out the features of the insurance culture among the population in Russia, a particular attention is paid to the analysis of opportunistic behavior and trust as an institutional basis for the development of the insurance market. The author formulates and studies the signs of a civilized culture of credit borrowers, which are considered as the targets to be formed in the national practice.

**Keywords:** insurance, insurance culture, insurance market, institutions, institutional environment, opportunistic behavior, trust