

47

**Московский государственный институт
Международных отношений (Университет) Министерства
Иностранных дел Российской Федерации**

На правах рукописи

Шамсутдинова Лариса Хамитовна

**Регулирование потребительского поведения страхователей в
современной России: социологический анализ**

Специальность 22.00.08 – Социология управления

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Москва – 2009



Работа выполнена на кафедре социологии Московского государственного института международных отношений (Университета) МИД РФ

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Кравченко Сергей Александрович

Официальные оппоненты: член-корреспондент РАН,
доктор философских наук, профессор
Тощенко Жан Терентьевич
кандидат социологических наук, доцент
Кочеткова Анастасия Вадимовна

Ведущая организация: Институт социально-экономических проблем
населения РАН

Защита состоится «05» марта 2009 года в 15-00 часов на заседании диссертационного совета Д.209.002.04 по социологическим наукам в Московском государственном институте международных отношений (Университете) МИД РФ по адресу: Москва, проспект Вернадского, 76, ауд. 1039

Автореферат размещен на официальном сайте МГИМО (У) МИД России по адресу www.mgimo.ru «04» февраля 2009 г.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале библиотеки МГИМО МИД РФ по адресу: Москва, проспект Вернадского, 76

Автореферат разослан «04» февраля 2009 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
доктор философских наук
профессор



Н.Н.Зарубина

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Исследование потребительского поведения, особенно его регулирования – одна из центральных тем в социологической науке, хотя это относительно новое направление науки, изучающее, по существу, формирующиеся реалии. Если в традиционном и даже индустриальном обществе центральным компонентом жизнедеятельности людей было производство, то в обществе модерна, тем более, радикального модерна (Э. Гидденс) все более значимым становится потребление: не столько собственность или социальное происхождение определяет идентификацию индивида, сколько характер его потребления, в котором возрастающую роль играет символическая стоимость (Ж. Бодрийяр) по сравнению с потребительской стоимостью.

Социология потребления как самостоятельная отраслевая социология начинает формироваться в конце 60-х – начале 70-х гг. XX в. Исследование потребительского поведения страхователей - явление еще более новое, возникшее в конце 70-гг. XX в¹. Сегодня оно оказалось крайне востребованным из-за усложнения социокультурной динамики, вступления человечества в «эру текучей современности»², для которой характерны беспрецедентная свобода, случайности, разрывы, парадоксы и, конечно же, риски. Возникла потребность минимизировать их, защитить себе от традиционных и новых опасностей, от действий других акторов и даже от ненамеренных последствий наших собственных действий как результат потребления новых товаров и услуг. В этих условиях радикально изменяется функционирование института страхования. Еще совсем недавно страховщики ориентировались преимущественно на экономические факторы, платежную способность своих потенциальных клиентов, и этого было достаточно для

¹ См.: *Зубец А.Н.* Страховой маркетинг. – М.: Анкил, 1998. – С. 21.

² *Бауман З.* Текучая современность. — СПб.: Питер, 2008. – С. 18.

ведения страхового бизнеса. Ныне же в центре их внимания оказалась динамика социальных и культурных потребностей страхователей.

В России проблема регулирования потребительского поведения страхователей возникла несколько позже, на рубеже веков, в результате своеобразной социетальной трансформации общества. Габитус и поведение страховых акторов в России в значительной степени опосредованы советским опытом управления рисками, который выражался в государственном патернализме - коллективном страховании граждан предоставлении государством социальной защиты всем слоям населения, хотя весьма минимальной. Новая же российская социальная реальность востребовала индивидуальные инициативы защиты себя и своих близких. Абсолютизация прежнего опыта и знаний, отмечает Ж.Т. Тощенко, приводит к порождению парадоксальной ситуации, когда изменившиеся жизненные условия диктуют иную логику, а люди продолжают следовать тому, что апробировано на предыдущем этапе: «Парадоксальность в российском обществе постоянно проявляется в поведении и сознании людей – многие из них заявляют или декларируют одни цели и жизненные ориентации, а на деле осуществляют иные, иногда прямо противоположные установки. Парадоксальность поведения особенно наглядно обнаруживается в конкретных жизненных ситуациях, когда публично и словесно провозглашаемые суждения опровергаются практическими действиями»³. Возникающий в результате парадоксальный человек демонстрирует свою парадоксальность и в страховом поле. У большей части населения просто не сформировался коллективный страховой габитус, не произошло осознание важности организации индивидуальной защиты собственного здоровья и жизни, материального благополучия.

Сказанное не означает, что в регулировании потребительского поведения страхователей нет подвижек в направлении адаптации к складывающимся реалиям. Внимание к неэкономическим, собственно социокультурным

³ Тощенко Ж.Т. Парадоксальный человек: монография – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – С. 65.

мотивам поведения страхователей увеличивается. Оформилась тенденция переноса акцента с рынка экзистивного страхования и страхования корпоративных клиентов на рынок физических лиц, которая стала набирать силу. Однако мировой финансовый кризис, разразившийся в конце 2008 г., внес свои коррективы в политику зарубежных и российских страховых компаний, в частности, многие страховщики потеряли крупных корпоративных клиентов, которые из-за кризисного состояния международной финансовой системы, лишились доступа к кредитам и начали сокращение бюджетов, в том числе страховых⁴. Вместе с тем, кризис, как еще показал П.А. Сорокин, имеет обучающее значение⁵. Современный кризис, в частности, переориентировал политику страховых компаний на рынок физических лиц. В условиях снижения платежеспособности населения борьба за качество обслуживания клиентов и качество страховых продуктов пришла на смену борьбы за количество клиентов. Это означает, что страховщики вынуждены более основательно реагировать на нужды потребителя и уделять повышенное внимание к потребительскому поведению страхователей через его регулирование.

Социологический анализ регулирования потребительского поведения страхователей в современной России актуален в перспективе стратегического управления развитием страховой отрасли в России. В концентрированной форме актуальность темы исследования обусловлена: 1) необходимостью организации индивидуальной защиты здоровья и жизни, собственного материального благополучия в условиях, когда государство не обеспечивает достаточной социальной защиты населения; 2) потребностью социологического подхода к исследованию потребительского габитуса и поведения страхователей, обусловленного возрастающей рефлексией социальных акторов (индивидуальных и коллективных) относительно рисков, усложнением зависимости от внешних симулякров, кодового контроля

⁴ <http://www.insformer.ru/mtrl/arts/market/1012112008.htm>

⁵ См.: Сорокин П.А. Человек и общество в условиях бедствия // Вопросы социологии, № 3, 1993.

потребления конкретных символических стоимостей; 3) необходимостью переноса акцента на учёт динамики социальных и культурных свойств и характера потребностей страхователей при развитии инфраструктуры страхового рынка; 4) социальной значимостью страхования, которое является основой динамичной стабильности российского общества, рационализации и гуманизации общественных отношений.

Степень научной разработанности темы. Количество работ, посвященных проблеме изучения потребительского поведения и его регулирования, постоянно увеличивается. Однако в них далеко не всегда прослеживается историческая преемственность с предшествующими исследованиями, которые ныне, подчас, раскрываются новыми гранями, что диссертант пытался выявить. Поэтому первооснову настоящего исследования составили работы, в которых поднимаются общие проблемы рационального поведения людей в условиях усложняющейся динамики социально-экономических отношений. Хотя это разноплановые работы и появились они в свет в разные исторические эпохи, но их объединяет стремление авторов изучить факторы рационализирующие/иррационализирующие деятельность людей. К этим авторам относятся: А. Смит, М. Вебер, В. Зомбарт, Г. Зиммель, З. Фрейд, Дж. М. Кейнс, А. Пигу, Т. Парсонс, Н. Смелсер, Л. фон Мизес. В частности, А. Смита можно считать основоположником концепции “экономического человека”, согласно которой, индивид рационален, и все его действия направлены на максимизацию прибыли, достигаемую балансом полезности и цены⁶. М. Вебер в рамках «понимающей» социологии предложил критерий качества рациональности при интерпретации поведения человека⁷. Экономисты Дж. М. Кейнс, А. Пигу, Г. Беккер, К. Поланьи расширили традиционную концепцию “экономического человека” социологическими и психологическими аспектами, при этом важное место в

⁶ См.: *Смит А.* Исследования о природе и причинах богатства народов. – М.: Наука, 1993.

⁷ См.: *Вебер М.* Избранные произведения. – М. Прогресс, 1990; *Его же.* История хозяйства. Город. – М.: Канон-пресс, 2001; *Weber M.* The Theory of Social and Economic Organization. – N.Y.: Oxford University Press, 1947.

их исследованиях уделялось собственно потребительскому поведению⁸. Особо отметим “мотивационные исследования” потребительского поведения, родиной которых можно считать США. Методологической основой этих исследований стала теория социального психоанализа З. Фрейда, исходящая из того, что поведение человека обусловлено как его сознанием, так и внутренними, неосознанными и не всегда контролируруемыми им психическими силами⁹. С позиций интегрального структурно-функционального подхода американские социологи Т. Парсонс и Н. Смелсер анализируют мотивации социальных действий индивидов, живущих в обществе, которому свойственно подвижное равновесие¹⁰.

Второй пласт исследованной литературы - работы, анализирующие социокультурную динамику современности, глобализацию, возникновение рисков, травм, разрывов, парадоксов, а также порядка, формируемого из хаоса. Зарубежная историография динамики современности и риска, в частности, представлена именами (здесь отметим лишь некоторые из изученных нами работ): И. Пригожин, И. Валлерстайн¹¹, З. Бауман¹², Э. Гидденс¹³, Н. Луман¹⁴, У. Бек¹⁵, П. Штомпка¹⁶. Социологи М. Дуглас, А.

⁸ См.: Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Прогресс, 1978; *Его же*. Избранные произведения. – М.: Экономика, 1993; Пигу А. Экономическая теория благосостояния. – М.: Прогресс, 1985, Т 1, 2; Беккер Г. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории. – М.: ГУ-ВШЭ, 2003; Поланьи К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени. – СПб.: Алтейя, 2002.

⁹ См.: Фрейд З. “Я” и “Оно”. - СПб.: Алтейя, 1998; *Его же*. Мы и смерть. По ту сторону принципа удовольствия. – СПб.: Восточно – Европейский Институт Психоанализа, 1994; *Его же*. Введение в психоанализ. – М.: Наука, 1995.

¹⁰ См.: Парсонс Т. О структуре социального действия. – М.: Академический проект, 2000; Parsons T., Smelser N. Economy and Society. - London: Routledge and Kegan Paul Ltd, 1964; Смелсер Н. Социология. – М.: Феникс, 1994.

¹¹ Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. – М.: Эдиториал УРСС, 2001; Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире. – СПб: Университетская книга, 2001; *Его же*. Конца знакомого мира: Социология XXI века. – М.: Логос, 2003.

¹² См.: Бауман З. Текущая современность. — СПб.: Питер, 2008.

¹³ См.: Гидденс Э. Судьба, риск и безопасность. - Альманах THESIS, 1994.-№. 5. *Его же*. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. – М.: Издательство «Весь мир», 2004.

¹⁴ См.: Луман Н. Общество как социальная система. – М.: Издательство «Логос», 2004.

¹⁵ Бек К. Общество риска. На пути к другому модерну. – М.: Прогресс-Традиция, 2000; *Его же*. Космополитическая перспектива: социология второй эпохи модерна. – Социологическая теория: история, современность, перспективы. – Санкт-Петербург: «Владимир Даль», 2008.

¹⁶ См.: Штомпка П. Социология. Анализ современного общества. – М.: Логос, 2005.

Вилдавский и Ф. Фуреди, придерживаются культурной теории восприятия риска, согласно которой риск является величиной относительной, воспринимаемой индивидами через культурные фильтры¹⁷. В России в этом направлении работают: М.К. Горшков¹⁸, Т.И. Заславская¹⁹, Ю.А. Зубок и В.И. Чупров²⁰, А.В. Мозговая²¹, С.А. Кравченко²², Г.В. Осипов²³, Ж.Т. Тощенко²⁴, О.Н. Яницкий²⁵ и др. Особо отметим, что А.П. Альгин был одним из первых, кто предложил социально-философский подход к изучению риска, в рамках которого риск рассматривается как регулятор общественных отношений между социальными субъектами²⁶. Также специально отметим авторов работ по социологии управления: А.В. Тихонов²⁷, В.Л. Романов²⁸ и др.

Третий пласт исследованной литературы - работы, посвященные современным моделям потребительского поведения. Американский социолог и экономист Т. Веблен отошел от классической модели потребления и

¹⁷ См.: *Douglas M. Risk and Blame: Essays in Cultural Theory.* – London: Routledge, 1992. *Douglas M., Wildavsky A. Risk and Culture.* – Berkeley: University of California press, 1982; *Furedi F. Culture of Fear. Risk-Taking and the Morality of Low Expectation.* – London: Casselli, 1997.

¹⁸ См.: *Граждане новой России: кем себя ощущают и в каком обществе хотели бы жить? (1998-2004 гг.). Аналитический доклад / Под ред. М.К. Горшкова.* – М.: АИРО-XX, 2005.

¹⁹ См.: *Заславская Т.И. Современное российское общество: Социальный механизм трансформации.* – М.: Дело, 2004; *Ее же. Социетальная трансформация российского общества. Деятельностно-структурная концепция.* – М.: Дело, 2002.

²⁰ *Зубок Ю.А. Феномен риска в социологии. Опыт исследования молодежи.* – М.: «Мысль», 2007; *Зубок Ю.А., Чупров В.И. Социальная регуляция в условиях неопределенности. Теоретические и прикладные проблемы в исследовании молодежи.* – М.: Academia, 2008.

²¹ См.: *Мозговая А.В. Социология риска: возможности синтеза теории и эмпирического знания / Риск в социальном пространстве / Под ред. А.В. Мозговой.* – М.: Ин-т социологии РАН, 2001.

²² См.: *Кравченко С.А. Модерн и постмодерн в динамически меняющемся мире.* – М.: Издательство «МИМО-Университет», 2007.

²³ См.: *Осипов Г.В. Социология и общество. Социологический анализ российской смуты.* – М.: Норма, 2007.

²⁴ См.: *Тощенко Ж.Т. Парадоксальный человек: монография* – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

²⁵ См.: *Яницкий О.Н. Социология риска.* – М.: Издательство LVS, 2003.

²⁶ См.: *Альгин А.П. Риск и его роль в общественной жизни.* – М.: Мысль, 1989.

²⁷ См.: *Тихонов А.В. Социология управления.* – М.: «Канон+», 2007.

²⁸ См.: *Романов В.Л. Социально-инновационный вызов государственному управлению.* – М.: Издательство РАГС, 2006; *Его же. Проблемы административного реформирования (социосинергетический поиск).* – М.: РАГС, 2004; *Его же. Социальная самоорганизация и государственность.* – М.: РАГС, 2003; *Его же. Социальная самоорганизация и государственность.* – М.: РАГС, 2003.

предложил теорию престижного (избыточного) потребления²⁹. Достоинство исследований Р. Эмерсона и Дж. Коулмена состоит в том, что они изучали особенности рациональных выборов потребителей, риски и доверие в сетевом взаимодействии индивидуальных и корпоративных акторов³⁰. Ж. Бодрийяр исследовал собственно современное потребление, когда происходит замена потребительской стоимости товаров и услуг на символическую стоимость³¹.

В России изучение потребительского поведения началось с середины 90-х гг. XX в, когда в условиях развития рыночных отношений стали активно формироваться финансово-банковские институты и страховые компании, расширились масштабы их деятельности, что повлияло на потребительские интересы людей практически всех слоев общества. Здесь прежде всего следует отметить работы В.В. Радаева, который анализирует поведение потребителей через призму институционального подхода, согласно которому потребительское поведение регулируется культурно-нормативными схемами, разделяемыми всеми хозяйствующими субъектами и санкционируемыми обществом³². Работы В.С. Автономова и М.К. Бункиной посвящены эволюции модели потребительского поведения человека анализу побудительных мотивов его действий³³. О.С. Дейнека и А.Б. Фенько предлагают междисциплинарный подход к потребительскому поведению человека, сочетая экономическую модель человека с психологическими аспектами поведения³⁴. Н.Б. Рудык

²⁹ См.: Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: Прогресс, 1990.

³⁰ См.: Коулмен Дж.С. Капитал социальный и человеческий // *Общественные науки и современность*, 2001, № 3; *Его же*. Экономическая социология с точки зрения теории рационального выбора // *Западная экономическая социология*. Хрестоматия. – М.: РОССПЭН, 2004.

³¹ См.: Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. – М.: Библтон-Русская книга, 2003; *Его же*. Америка. – М.: «Владимир Даль», 2000; *Его же*. В тени молчаливого большинства, или конец социального. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2000; *Его же*. Система вещей. – М.: Рудомино, 1995 и др.

³² См.: Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. — М.: ГУ ВШЭ, 2003; *Его же*. Экономическая социология. – М.: Аспект пресс, 2000.

³³ См.: Автономов В.С. Модель человека в экономической науке. – СПб.: Экономическая школа, 1998; Бункина М.К. Экономический человек. – М.: Дело, 2000; *Ее же*. Экономика и психология. – М.: Дело и сервис, 1998.

³⁴ См.: Дейнека О.С. Экономическая психология. – СПб.: Изд-во С-Петербур. Ун-та, 2000; Фенько А.Б. Люди и деньги: очерки психологии потребления. – М.: Класс, 2005.

рассматривает поведение потребителей на рынках с учетом иррациональной природы человека и индивидуальной склонности к риску³⁵. А. Фернам и М. Аргайл предлагают психологическую интерпретацию потребительского поведения индивида, они рассматривают отношения к деньгам через ряд взаимозависимостей: гендер, возраст, материальный достаток, моральные установки. Особое внимание эти авторы уделяют вопросу табуирования денег в современной культуре³⁶. Поведению потребителей на рынке услуг и маркетингу услуг посвящены работы Г. Беквита, В.Д. Марковой, В.Т. Севрук³⁷.

Четвертый пласт исследованной литературы - работы, анализирующие те или иные проблемы потребительского поведения страхователей. Среди зарубежных авторов, изучающих потребительское поведение страхователей, следует отметить американского социолога В. Зелизер, которая, по существу, была одной из первых, кто начал изучать собственно регулирование потребительского поведения страхователей. В ее работе "Мораль и рынок: развитие страхования жизни в США" дается глубокий социологический анализ спроса на страховые услуги и демонстрирует связь его динамики с динамикой социальных отношений, культурных ценностей и норм в американском обществе³⁸. В современной России проблематика потребительского поведения страхователей представлена в работах А.Н. Зубца, В.Б. Гомелля, Д.С. Туленты, Г.Г. Силласте³⁹. Эти авторы предлагают анализ потребительского

³⁵ См.: Рудык Н.Б. Поведенческие финансы или между страхом и алчностью. – М.: Дело, 2004.

³⁶ См.: Фернам А, Аргайл М. Деньги. Секреты психологии денег и финансового потребления. – СПб.: Прайм – Еврознак, 2004.

³⁷ См.: Беквит Г. Продавая незримое: руководство по современному маркетингу услуг. – М: Альпина Бизнес Букс, 2006; Маркова В.Д. Маркетинг услуг. – М.: Финансы и статистика, 1996; Севрук В.Т. Банковский маркетинг. – М.: Дело, 1994.

³⁸ См: Zelizer V. Moral and Markets: the Development of Life Insurance in the United States. – N.Y.: Columbia University Press, 1983.

³⁹ См.: Зубец А.Н. Страховой маркетинг. - М.: Анкил, 1998; Зубец А.Н. Маркетинг на финансовых рынках. Поведение потребителей. – М.: Приор, 2002; Гомелля В.Б., Туленты Д.С. Страховой маркетинг. – М.: Анкил, 1999; Силласте Г.Г. Социология страхования. М.: ФА при Правительстве РФ, 2000; Ее же. Рынок страховых услуг и его потребитель. – М.: Финансовая академия при Правительстве РФ, 1999.

поведения страхователей в разрезе страхового маркетинга, акцентируя свои исследования на проблемах предложения и сбыта страховых услуг, сегментации страхового рынка, разработке страховых продуктов, стратегии коммуникации страховщика.

Анализ характера работ по нашей теме исследования свидетельствует, что имеется целый ряд проблем, недостаточно изученных с точки зрения регулирования потребительского поведения страхователей. Большинство из имеющихся научных работ освещает лишь отдельно взятые аспекты регулирования потребительского поведения страхователей в России. Подходы к отмеченным проблемам изучаются рядом наук – социологией, экономикой, психологией, страхованием. Результаты одних, к сожалению, не учитывают результаты других. Не появились комплексные, междисциплинарные научные исследования регулирования потребительского поведения страхователей, учитывающих тот факт, что российское общество стало новой социальной реальностью с иной социальной стратификацией, иными социальными идентификациями, углубленным социальным неравенством. Не раскрыто, как все это совместить с новейшими теоретико-методологическими подходами к пониманию усложняющейся социокультурной динамике и появлению увеличивающихся рисков. Остается целый ряд нерешенных вопросов, связанных с социологическим анализом спроса на страховые услуги, изучением взаимозависимости спроса на страховые услуги и усложняющейся динамикой социальных отношений, изучением роли государства в регулировании потребительского поведения на страховом рынке. В меру своих усилий диссертант пытается решить эти и другие проблемы, сделав особый упор на то, чтобы включить достижения экономики, страхования, психологии в социологию науки. Как свидетельствуют материалы XVI Всемирного социологического конгресса⁴⁰ и 8-й Конференции Европейской

⁴⁰ См.: XVI World Congress of Sociology. The Quality of Social Existence in a Globalising World. – Durban, 2006.

социологической ассоциации⁴¹ весьма перспективным направлением развития социологии является заимствования теоретико-методологического инструментария других социальных, гуманитарных и даже естественных наук. Поэтому в наше исследование осознанно включены достижения экономики, психологии, страхования, маркетинговых исследований.

Гипотеза исследования. Гипотезой исследования является предположение о том, что регулирование потребительского поведения страхователей в России возможно при условии комплексного, междисциплинарного подхода к анализу рискогенных тенденций, приданию импульса развитию института страхования, адекватного новой социальной реальности, возникшей как результат социетальных трансформаций, которые были осуществлены в процессе реформирования российского общества.

Объектом исследования является механизм регулирования потребительского поведения страхователей в современной России, испытывающий влияние усложняющейся социокультурной динамики.

Предметом исследования выступают теоретико-методологические основания регулирования потребительского поведения страхователей, связанные с особенностями развития института страхования в современном российском обществе как новой социальной реальности, экономические и культурные факторы, регулирующие потребительское поведение страхователей, роль государства в регулировании потребительского поведения на страховом рынке.

Целями диссертационной работы являются:

- на основе междисциплинарного подхода осуществить исследование механизмов формирования и регулирования потребительского поведения страхователей в современной России;

⁴¹ См: The 8th Conference of the European Sociological Association. Conflict, Citizenship and Civil Society. Programme. 3rd – 6th September 2007. – Glasgow Caledonian University.

- разработать теоретико-методологические основания регулирования рискогенных тенденций с помощью института страхования;

- выявить возможности государственного регулирования потребительского поведения страхователей.

В соответствии с определенными целями были поставлены следующие задачи диссертационного исследования:

- критически проанализировать существующие практики регулирования потребительского поведения страхователей с учетом усложняющейся социокультурной динамики;

- рассмотреть иерархию жизненных потребностей и специфику потребительских интересов населения, выявить их взаимосвязь и влияние на формирование и регулирование страхового поведения россиян;

- проанализировать возможности регулирования потребительского поведения страхователей с учетом использования социокультурных факторов, включая те, которые формируются в виртуальной реальности;

- раскрыть взаимозависимость исторического становления различных типов рациональности и формирования потребности в страховании;

- выявить механизмы формирования потребности в страховании у социальных акторов как индивидуальных, так и коллективных;

- изучить социальные и культурные факторы, стереотипы мышления и поведения, препятствующие развитию страхования жизни и имущества;

- рассмотреть влияние демографических факторов на потребление страховых услуг;

- проанализировать роль государства в процессе регулирования потребительского поведения страхователей;

- раскрыть особенности кодов сигнификаций, симулякров, влияющих на страховую габитус и поведение россиян на страховом рынке.

Методологической основой исследования являются общенаучные методологические составляющие, а также классические и современные научные подходы, позволившие комплексно применить целый ряд теоретико-

методологических принципов, сформулированных в различных социологических парадигмах. В частности, для анализа рациональных/иррациональных оснований страхового поведения были использованы подходы М. Вебера к интерпретации поведения человека, интегральная структурно-функциональная парадигма Т. Парсонса, теория социального психоанализа З. Фрейда. Чтобы изучить изменение характера потребительского поведения в контексте усложняющейся социокультурной динамики, нами использовался теоретико-методологический инструментарий И. Пригожина, И. Валлерстайна, З. Баумана, Э. Гидденса, П. Бурдьё. В частности, теория структуризации Э. Гидденса позволила нам изучить процессы институционализации рисков и их страхования, оценить роль рефлексивности социальных акторов, субъектов страхования, культурных норм, сравнительно долгоживущих факторов рутин, которые, взятые вместе, регулируют потребительское поведение субъектов страхования, а также изучить возможности социального регулирования посредством института страхования. Нами использовались социологические подходы к исследованию рисков и того, как они социально конструируются в определенном культурном контексте, которые содержатся в работах У. Бека, М. Дуглас, А. Вилдавского, О.Н. Яницкого. Мы опирались на теоретико-методологический инструментарий Р. Эмерсона, Дж. Коулмена, П. Штомпки, который позволил нам исследовать особенности рациональных выборов страхователей в условиях сетевого взаимодействия, когда возникают риски доверия. Их методологические принципы были использованы при интерпретации проблемы асимметрии информации в отношениях Страхователь – Страховщик, что позволило предложить пути оптимизации этих отношений. Концепция знакового потребления Ж. Бодрийяра помогла нам понять процессы регулирования в условиях возрастания значимости символической стоимости у современных товаров и услуг. Это позволило нам рассмотреть особенности страховых симулякров, их роль в поведении страхователя, а также причины и последствия социальной дифференциации индивидов в

страховом дискурсе. Чтобы учесть российскую специфику регулирования потребительского поведения страхователей, нами был использован теоретико-методологический инструментарий, содержащийся в трудах М.К. Горшкова, А.Г. Здравомыслова, Г.В. Осипова, А.В. Тихонова, Ж.Т. Тощенко, В.В. Радаева, В.Л. Романова, О.И. Шкаратана, В.А. Ядова. И, конечно, междисциплинарный характер работы потребовал от нас использования методологических и теоретических наработок, содержащихся в исследованиях по экономике, психологии, страхованию, маркетингу.

Основные методы диссертационного исследования. Были использованы три типа методов. 1) Общенаучные методы, среди которых анализ, синтез, научное обобщение, сравнение, историко-генетический метод. 2) Специальные методы, вошедшие в социологическую науку. Особо отметим метод деконструкции М. Фуко, а также социологические методы сбора и обработки информации, которые позволили изучить российский и зарубежный опыт регулирования потребительского поведения страхователей⁴². 3) Методы смежных дисциплин: философии, социальной синергетики, экономической социологии, экономической теории, экономической психологии, маркетинга. Так, методы философии были востребованы при анализе взаимодействия случайности и необходимости в развитии социума; методы социальной синергетики – для получения представлений о порядке, конструируемым из хаоса.

Эмпирическая база исследования представлена исследованиями, проведенными учеными Института социологии РАН, Института социально-политических исследований РАН, публикациями по актуальным проблемам доверия, управления рисками, страхового поведения, представленными в журналах: «Социальная реальность», «Управление рисками», «Страховое

⁴² См.: Ядов В.А. Социологическое исследование: Методология. Программа. Методы. – Самара: Изд-во Самарского университета, 1995; Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы: Учебное пособие. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009; Толстова Ю.Н. Измерение в социологии: Учебное пособие. – М.: КДУ, 2007; Докторов Б.З. Реклама и опросы общественного мнения в США: История зарождения. Судьбы творцов. – М.: ЦСП, 2008.

дело”, а также основными законодательными и нормативными актами, регулирующими отношения в сфере страховой деятельности: “Гражданский кодекс Российской Федерации” (Часть первая) от 30.11.1994, № 51-ФЗ; “Гражданский кодекс Российской Федерации” (Часть вторая) от 26.01.1996, № 14-ФЗ; “Налоговый кодекс Российской Федерации” (Часть вторая) от 05.08.2000, № 117-ФЗ; “Об организации страхового дела в Российской Федерации” от 27.11.1992, №4015-1; “Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств” от 25.04.2002, № 40-ФЗ; “О медицинском страховании граждан в Российской Федерации” от 28.06.1991, № 1499-1; “О промышленной безопасности опасных производственных объектов” от 21.07.1997, № 116-ФЗ; “О программе социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2006 – 2008 гг.)” от 19.01.2006, № 38 – р.

Научная новизна заключается следующем:

- реализован междисциплинарный подход к изучению регулирования потребительского поведения страхователей в современном российском обществе, представляющим собой новую социальную реальность. При этом раскрыты последствия новой социальной стратификации, углубляющегося социального неравенства на страховое поведение;

- к изучаемому вопросу применен широкий спектр теоретико-методологического инструментария. Наряду с методологией классических и современных социологических парадигм использован теоретико-методологический инструментарий экономики, психологии, страхования, маркетинговых исследований;

- изучен и критически проанализирован опыт страхования в контексте усложняющейся социокультурной динамики с выявлением возможностей адаптации россиян к жизнедеятельности в условиях общества риска;

- осуществлен дискурсивный анализ страховой сферы, нацеленный на раскрытие особенностей поведения страхователей и страховщиков в современной России;

- показано, что коллективный габитус страхователей в России определяется сложным комплексом взаимосвязанных социальных и культурных факторов;

- предложены новые подходы к осмыслению государственного регулирования потребительского поведения страхователей в условиях формирования сетевых взаимодействий на страховом рынке;

- показаны тенденции разрывов, парадоксальности в страховом поле, которые амбивалентно влияют на регулирование потребительского поведения страхователей;

- раскрыта роль фактора доверия в сетевых отношениях как основы страхового взаимодействия и эффективного инструмента оптимизации спроса на страховые услуги;

- предложено авторское видение развития инфраструктуры страхового рынка России, основанное на переносе акцента с удовлетворения интересов страховщика на интересы страхователя.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1. Потребительское поведение страхователей обусловлено, прежде всего, последствиями формирования за годы российских реформ новой весьма своеобразной социальной реальности, радикальными изменениями в социальной стратификации, социальном неравенстве и социальной повседневности. Поэтому в российском обществе не будет эффективно работать западная модель регулирования потребительского поведения страхователей, что не означает отрицание мирового опыта вообще. России нужна модель регулирования потребительского поведения страхователей, учитывающая особенности коллективного габитуса россиян, его специфику в контексте углубляющейся социальной дифференциации, а также не только и не столько экономические возможности, сколько факторы социального и культурного толка в восприятии рисков и адаптации к ним.

2. Восприятие рисков и габитус страхование зависят от культурно-исторических особенностей страхового поля. Опираясь на методологию П. Бурдьё, было предложено определение страхового поля. Под страховым

полем мы понимаем среду жизнедеятельности людей, в которой осуществляются страховые отношения, акторы которых получают социальное признание в качестве эксклюзивных носителей специфических компетенций в сфере страхования, необходимых для производства и воспроизводства специально организованных страховых знаний, что объективно связано с исключением из этого пространства всех представителей «Они-группы», лишенных страхового капитала и страхового габитуса.

3. Раскрыто отличие российского страхового поля от аналогичных полей, существующих на Западе. Если на Западе традиционно регулятивное управление страховым поведением исходило от институтов гражданского общества, то в России - приоритетно государственное управление, которое оказывает существенное влияние и на производство рисков, их восприятие, и на потребление страховых услуг, активно формируя страховое поле. От характера государственного управления зависит общая рискогенность российского социума (интенсификация инновационно-технологических процессов, рост экологических рисков, особенно влияющих на продолжительность жизни и качество здоровья, сохранение социально-политической напряженности в отдельных регионах и т.д.). Соответственно, на современное страховое поле оказывает влияние то, что политика государства, ранее ориентированная на достижение абсолютной безопасности, сменилась на политику приемлемого риска в контексте содействия развитию института страхования, перекладывания части государственных функций страхования на самоорганизованные независимые страховые структуры, а также граждан, которые (при условии формирования страхового габитуса) становятся агентами страхового поля.

4. Показана специфика российского страхового поля. Регулирование потребительского поведения страхователей определяется усложняющейся социокультурной динамикой, что выражается в увеличивающихся разрывах между ориентациями на патернализм и индивидуальной заботой о безопасности, парадоксах формирующегося страхового габитуса (стремления

управлять рисками сочетаются со стереотипами жизни одним днем, на авось), производстве симулякров. Для формирующегося страхового поля России характерно доминирование символического капитала: интерес к реализации страховых услуг принял форму сетевых продаж, формирования «искусственных» потребностей уверенности в себе, стимуляции желаний безопасности, рецептов «успешной, эффективной» жизни. Страховщики не полагаются на *laissez faire*, а делают ставку на регулирование потребительского поведения страхователей с помощью манипулятивных, рекламных и маркетинговых технологий. Страхование жизни, тела, имущества, практически любой мобильности индивида отныне определяется дискурсом, проводящим рельефную грань между «нормальным» и «ненормальным», «здоровьем» и риском «патологии».

5. Обосновано возникновение парадоксального страхователя, имеющего специфический парадоксальный страховой габитус: рациональное осознание рискогенности российского общества, декларирование необходимости страхования нейтрализуются стереотипами жизни на авось, регрессией, проявляющейся в иррациональных практиках, - тяге к мистике, пренебрежение правилами безопасности, что в итоге приводит к пассивности в страховом поле. Существование парадоксального страхователя в значительной степени поддерживается симуляциями качества страхового продукта, отсутствием должного доверия к страховщикам.

Дисперсия спроса российского населения на страховые услуги обусловлена парадоксальностью страхователя, а также неравномерным распределением рисков между социальными группами, разного их восприятия и конструирования, низкого уровня доверия к правоохранительным институтам вообще и структурам страхования в особенности. Поэтому повышение эффективности регулирования страхового поведения граждан зависит от активной роли государственного участия в страховом поле, включая совершенствование страхового законодательства и страховой инфраструктуры, что предполагает контроль за качеством оказываемых

страховых услуг, профессионализмом страховщиков, соблюдением единых стандартов страховой деятельности на территории Российской Федерации.

6. В условиях роста неопределенности, движения к динамичной стабильности возрастает значимость страхования вообще и социального страхования в особенности. Особенности новой российской социальной реальности диктуют необходимость переориентации страховой инфраструктуры с удовлетворения интересов Страховщика на удовлетворение интересов Страхователя. В этом контексте необходимо возрастание роли государства, гарантирующего соблюдение прав страхователя и обеспечение выполнения следующих задач: сведение к минимуму числа случаев недобросовестного поведения субъектов страхового дела как на стадии заключения договора, так и при осуществлении страховой выплаты; решение спорных вопросов, связанных с защитой прав страхователей; осуществление внесудебной процедуры урегулирования споров между страховщиком и страхователем; улучшение обратной связи между потребителем страховых услуг и субъектом страхования.

7. Обосновано, что обязательное страхование может вводиться только при наличии адекватных для этого социально-культурных условий - развитой страховой инфраструктуры, ориентированной на потребителя, эффективной системы страхового законодательства, благоприятном налоговом режиме, наличии гарантий защиты прав страхователей. При несоблюдении вышеперечисленных условий эффект от введения государством обязательных видов страхования может подорвать доверие населения к страхованию и соответственно уменьшить спрос на страховые услуги.

8. Выявлено, что в условиях современной российской страховой культуры, относительной незрелости коллективного страхового габитуса доминируют две причины приобретения страхового полиса, имеющих различную мотивацию: 1) рациональный мотив, направленный на управление рисками, возмещение материального ущерба при наступлении страхового случая; 2) принудительное воздействие со стороны государства либо

контрагента. Среди рациональных мотивов, побуждающих юридических акторов к приобретению страховой защиты, отметим мотив престижности, улучшения репутации, что свидетельствует о стремлении компаний к социальной ответственности и заинтересованности в стабильных отношениях с партнерами и клиентами. Что касается спроса на страховые услуги у физических акторов, то он пока в большей мере обусловлен требованиями со стороны государства или контрагента (например, требования банка при предоставлении кредита).

9. Сравнительно низкий спрос на страховые услуги со стороны населения обусловлен рядом факторов: культурные барьеры (стереотипы), препятствующие добровольному вхождению в страховое поле; парадоксальность страхового габитуса; резкие разрывы между симулякром страхового продукта и его реальным качеством; непостоянство качества и ценности страхового продукта в условиях усложняющейся социокультурной динамики. И, конечно, глубокая дифференциация доходов: низкооплачиваемые слои населения лишены материальной возможности приобрести страховую защиту, поэтому они не находятся в страховом поле вообще.

10. Необходимо целенаправленное формирование этики доверия между Страхователем и Страховщиком. Страховой дискурс может стать фактором формирования благонадежного поведения акторов страхового поля. Общее институциональное доверие в страховых социальных сетях складывается из доверия, формируемого на разных уровнях взаимодействия: от доверия к брендам ведущих страховых организаций и через них к доверию анонимных функционеров и представителей этих организаций, исполняющих различные социальные роли. Через страховых посредников – агентов и брокеров – общее институциональное доверие трансформируется в личное доверие, которое предполагает прочную эмоциональную связь и стабильность отношений.

В сетевой страховой структуре любое воздействие на отдельный элемент сети приобретает сетевой эффект. Поэтому возрастает значимость доверия в

каждом отдельно взятом элементе сети. Однако проблемы доверия имеют и объективные основания: возрастает реальная сложность определения уровня рискогенности той или иной деятельности людей.

Практическая значимость работы. Сформулированные диссертантом практические выводы могут быть использованы органами государственной власти при определении перспективных направлений развития страхового поведения россиян, а также страховыми и перестраховочными компаниями, желающими улучшить свое положение в страховом поле. Выводы диссертационного исследования могут быть востребованы государственными органами (Министерством финансов, Министерством экономического развития и торговли, Федеральной службой страхового надзора) при создании документов регулирующих функционирование страховой отрасли в России. Они могут быть учтены при планировании маркетинговой стратегии страховой компании. Результаты исследования могут быть также использованы в аналитической работе, при чтении учебных курсов «Социология страхования», «Социология управления», «Потребительское поведение страхователей».

Апробация работы. Результаты диссертационного исследования были доложены и обсуждены на научной конференции Санкт-Петербургского государственного университета «Потребление как коммуникация», состоявшейся 1-2 июля 2006 г. Основные положения настоящей работы были опубликованы в журналах «Личность, культура, общество», «Страховое дело», в научных сборниках. Обсуждение диссертации состоялось на заседании кафедры социологии МГИМО (У) МИД РФ «17» ноября 2008 (протокол № 9). Диссертация была рекомендована к защите.

Структура диссертации включает введение, две главы, заключение и библиографию.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** формулируются актуальность избранной темы исследования, дается характеристика степени ее разработанности, определяются цели и задачи работы. Здесь же описаны теоретические и методологические основания изучения проблемы, объект и предмет исследования, обоснована его научная новизна, показана практическая значимость работы.

Глава I. «Теоретико-методологические подходы к исследованию потребности в страховании» состоит из четырех параграфов.

В параграфе 1.1. *«Страхование в структуре потребностей человека»* раскрывается социальная сущность страхования как института, направленного на удовлетворение одной из базовых потребностей человека – потребности в безопасности. Восприятие рисков и, соответственно, развитие страховых практик, формирование потребности страхования зависят от культурно-исторических особенностей конкретной социальной реальности, зрелости страхового поля. Диссертант рассматривает процесс институционализации страхования, его динамику, опираясь на теории Э. Гидденса, З. Баумана и других социологов, согласно которым одной из характеристик современности является рефлексивность. Результатом рефлексии множества рисков, ежедневно генерируемых обществом, стало появление системы управления рисками, частью которой является институт страхования.

Диссертант отмечает, что страхование способно удовлетворить как общественные и коллективные, так и индивидуальные потребности в безопасности. Однако, несмотря на свою ценность для общества и отдельных индивидов страховое поведение может отставать в своем развитии от увеличивающейся рискогенности социума. Такое положение дел имеет место в современной России: страховые услуги не пользуются большим спросом у населения, причины чего анализируются в работе. Явно видимая причина тому - недостаточный уровень дохода у двух нижних страт населения, которые в

совокупности составляют 21% населения. Эти люди крайне негативно оценивают свои возможности удовлетворения базовых потребностей в питании, одежде, жилищных условиях⁴³, поэтому они не находятся в страховом поле вообще. По существу, низкооплачиваемые слои населения лишены возможности получить страховую защиту. Что касается более высоких страт населения, то здесь включаются латентные причины, влияющие на страховое поведение: культурные стереотипы жить одним днем, полагаться на судьбу, ориентация на патернализм «Мы-группы»; парадоксальность страхового габитуса; симуляции качества страхового продукта; отсутствие социального опыта иметь дело с «нематериальностью» страхового продукта. При этом показано, что в определенной степени преодолеть препятствия, связанные со спецификой страхового продукта, можно путем его частичной материализации в виде реальных дополнительных услуг, а также осуществления независимого контроля за качеством оказываемых страховых услуг.

В параграфе 1.2. *«Влияние фактора рациональности на потребность в страховании»* диссертант анализирует развитие страхового поведения и динамику страхового рынка в контексте различных форм рациональности и типов хозяйствующих акторов. Развитие страховой отрасли было тесно связано с бурным ростом промышленного производства и изменением отношения к риску в среде предпринимателей. Отношение к риску у субъекта современного бизнеса несколько иное, чем у предпринимателя эпохи ростовщически-авантюрного капитализма (М. Вебер), который зачастую рассматривал риск в качестве основного источника прибыли. Процесс формирования практической, а затем формальной рациональности способствовал зарождению страховой культуры и, соответственно, развитию страхового габитуса и страхового поля.

⁴³ См.: Россия реформирующаяся. Ежегодник / Отв. ред. М.К. Горшков. – Вып. 6. – М.: Институт социологии РАН, 2007. – С. 4.

Однако, как отмечает диссертант, процесс рационализации не является единственным фактором, влияющим на потребность в страховании. Надо учесть и другие культурные факторы, особенно национального толка. С учетом как фактора рационализации социума, так и особенностей культурных традиций диссертантом показано, что в условиях современной российской страховой культуры доминируют две группы мотивов приобретения страхового полиса. Первая группа - рациональное стремление минимизировать риски экономической деятельности. Вторая группа - принудительное побуждение к страхованию со стороны государства или контрагента. Причем первая группа мотивов в основном характерна для юридических акторов, стремящихся к минимизации негативных последствий хозяйственной деятельности, росту авторитета фирмы, к стабильным отношениям с партнерами в сетевом взаимодействии. Вторая же группа мотивов в основном присутствует у физических акторов, что свидетельствует как о степени развития их страхового габитуса, так и общих проблемах страхового поля: в России принудительный фактор пока остаётся наиболее эффективным мотивом спроса на страховые услуги.

В параграфе 1.3. *«Роль табу и эффекта привратника в формировании потребности в страховании жизни»* диссертант исследует роль таких факторов культурного характера как табу и эффект привратника на формирование спроса на страхование жизни. Казалось бы, жизнь – самое ценное, что есть у человека. Ее то надо страховать в первую очередь. Однако культурные факторы, латентные функции которых, как правило, не осознаются, реально влияют на формирование потребности в конкретных страховых услугах. Опираясь на теорию социального психоанализа З. Фрейда, диссертант приходит к выводу, что табу смерти в западной культуре стало причиной более позднего (по сравнению со страхованием имущества) развития страхования жизни.

Диссертант также анализирует действие “эффекта привратника” на примере отношения к смерти в западной культуре. “Привратниками”,

контролирующими информацию о смерти, долгое время были два главных общественных института – государство и церковь. Страхование жизни лишало смерть сакрального статуса, который тщательно создавался и поддерживался религией многие годы. Негативное отношение церкви к страхованию жизни сдерживало развитие этого вида страхования вплоть до начала XIX в. С развитием промышленного производства и рыночных отношений, большой проблемой стала старость, несчастные случаи и увечья, из-за которых человек выпадал из трудовой активности. Для решения этих проблем государство стало впервые применять страхование жизни.

Проделанный анализ свидетельствует, что характер спроса и предложения на конкретные страховые услуги определяется не только фактором рациональности, но и факторами культуры, которые могут быть как явные, так и латентные.

В параграфе 1.4. *«Страховой дискурс как фактор регуляции потребления страховых услуг»* рассматриваются основные принципы организации страхового дискурса, его функции, а также его конкретное влияние на регулирование страхового поведения.

Как отмечает диссертант, социальная дифференциация усложняется, появляются все новые критерии различения людей. Страховой дискурс как и любой другой дискурс социально дифференцирует индивидов. Потребление страховых продуктов дифференцирует общество, прежде всего, по уровню дохода, что находит отражение в стоимости и качестве страховой услуги, по наличию/отсутствию страхового габитуса, его характера. Кроме того, страховой дискурс сегментирует потребителей по степени потенциальной рискогенности: на высокорисковых и низкорисковых. Этот вид дифференциации отражается на страхователе двояко: с одной стороны, в величине страхового тарифа, а с другой, - в соблазне страхователя скрыть/исказить информацию, которая может привести к повышению страхового тарифа.

Искажение информации со стороны страхователя или со стороны субъекта страхования подрывает основной принцип функционирования современного страхового дискурса – принцип доверия. Доверие между участниками страхового взаимоотношения формируется на разных уровнях взаимодействия и реализуется в двух основных формах: институциональное доверие и личное доверие. В диссертации показывается, что оптимизировать отношения доверия между конкретными субъектами страхования можно следующим образом: путем преодоления асимметрии, селективности информации, движения к информационной открытости; минимизации двух основных сетевых рисков - риска антиселекции (неблагоприятное сочетание клиентских рисков) и морального риска (риск беспечного отношения страхователя к застрахованному объекту, мотивированное наличием полиса).

Диссертант также показывает, что государство играет исключительно важную роль в страховом дискурсе, ему принадлежат функции поддержки легитимности страхового дискурса и частичного контроля доступа смыслопроизводящих акторов к его формированию.

Глава II «Влияние российского общества как новой социальной реальности на потребление населением страховых услуг» состоит из трех параграфов.

В параграфе 2.1. *«Взаимосвязь экономических и социокультурных факторов страхового поведения россиян: парадоксы»* рассматриваются новые объективные и субъективные реалии, оказывающие влияние на принятие социальным актором решения о страховании. Диссертант отмечает, что в результате, согласно исследованиям Института социологии РАН, к 15-летию реформ российское общество сложилось как новая социальная реальность: качественные изменения произошли в сферах социальной стратификации, социального неравенства и социальной повседневности⁴⁴. Эти

⁴⁴ См.: Горшков М.К. Российское общество как новая социальная реальность // Россия реформирующаяся. Ежегодник / Отв. ред. М.К. Горшков. – Вып. 6. – М.: Институт социологии РАН, 2007. – С. 3.

новации привели к парадоксам в сознании и страховом поведении россиян, что исследуется в работе.

Соответственно, в современном российском обществе проблемы регулирования потребительского поведения страхователей стоят иначе, чем на Западе и даже Восточной Европы. Это иные объективные реалии, которые необходимо учесть для адаптации россиян к увеличивающимся рискам, имея в виду достижение динамичной стабильности нашего общества. Исследования страхового рынка Восточной Европы, с которым часто сравнивают российский рынок страхования, показали, что интерес к страховым услугам появляется у потребителя при ежемесячном доходе на члена семьи более 400 долл. США; интерес к долгосрочному страхованию жизни – при доходе на члена семьи более 600 - 700 долл. США. Объективная уникальность современного страхового поля России заключается в том, что платежеспособность потенциальных страхователей не является решающим свойством, определяющим их потребительское поведение. Поэтому российским страховщикам не стоит полагаться на западную модель регулирования потребительского поведения страхователей. Поведение и коллективный габитус страхователей в России определяется сложным комплексом взаимосвязанных парадоксальных факторов социального и культурного толка, отмеченных выше, а также особенностями национального менталитета. В преодолении опасностей россияне всегда полагались на патернализм социума, а не на индивидуальную ответственность за собственную жизнь и здоровье, благополучие семьи. Отсюда во многом проистекают проблемы, связанные с объективным состоянием инфраструктуры российского страхового рынка, несовершенством страхового законодательства (в сравнении с мировым уровнем), отсутствием эффективного механизма защиты прав страхователей. Парадоксально, но само страхование от рисков содержит весьма высокий риск невыполнения страховщиком взятых на себя обязательств.

Диссертант показывает, что риски имеют не только объективные основания, но и субъективно конструируются, естественно, в контексте

объективных реалий. Р. Эриксон и А. Дойль отмечают, что влияние эмоций на восприятие риска характерно даже для профессионалов (биржевых брокеров, инвесторов, андеррайтеров). Обратить сознание индивида к риску могут самые разные парадоксальные факторы, среди которых страх последствий инновационной деятельности, обострение чувства социальной справедливости, вызванное нелегитимным распределением национальных богатств, оказавшихся в результате приватизации в руках немногих, информация о рисках, формируемые симулякры опасности и т.д.

Диссертант утверждает, что на характер индивидуального восприятия риска влияет эффект привратника, своеобразные культурные фильтры, а также степень политизации риска в обществе. Государство оказывает непосредственное влияние на восприятие населением риска, соответственно, на его последующее социальное конструирование. Политизация риска может, как преувеличивать, так и преуменьшать значение конкретных рисков в обществе.

В параграфе 2.2. *«Анализ влияния социально-демографических факторов на потребительское поведение страхователей в России»* исследуются особенности влияния таких факторов как доход, тип населенного пункта, этап жизненного цикла семьи, гендерная составляющая на страховое поведение россиян.

На основе полученных результатов исследования диссертант отмечает, что чем выше уровень благосостояния, тем больше способность граждан привлекать собственные средства на страхование, тем большим количеством информации, специальных финансовых знаний и профессиональных инвестиционных умений они располагают. По мере увеличения дохода у потребителей происходят изменения в системе жизненных ориентиров, которые выражаются в большей озабоченности собственной онтологической безопасностью (Э. Гидденс). С неравномерным распределением доходов населения в субъектах РФ связана «географическая» дисперсия страхового рынка. В основном, платежеспособный бизнес и население сосредоточены,

прежде всего, в Москве, поэтому столица лидирует по сборам страховых премий и выплатам среди субъектов РФ. Исключение составляют различные виды обязательного страхования и, в первую очередь, обязательное медицинское страхование.

Социально-демографические факторы, с одной стороны, определяют потребительское поведение страхователя (принятие/непринятие решения застраховаться, выбор страхового продукта), а с другой, - влияют на величину страхового тарифа, который устанавливает страховщик (в частности, учитывается преклонный возраст, увеличивающий риск смерти; вероятность аварийной езды в городе выше, чем в сельской местности и т.д.), что в итоге формирует профиль российского страхового рынка.

Параграф 3.2. *«Роль государства в регулировании потребительского поведения страхователей в России»* анализирует возможности государственного участия в регулировании страхового поведения, учитывая объективное состояние страхового инфраструктуры и социокультурную динамику страховой отрасли. Отмечается, что интерес государства к страховому делу связан с его высокой социальной ответственностью: «Российская Федерация, – записано в Конституции страны, – социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека»⁴⁵. Однако диссертант разделяет мнение ряда российских ученых, согласно которому государство пока не может реализовать конституционную норму «обеспечения здоровой и безопасной среды обитания»⁴⁶, что касается и состояния страхового поля.

Отсутствие механизма эффективного государственного регулирования страхового рынка в области защиты прав страхователей и контроля за качеством оказываемых страховых услуг приводит к снижению спроса на страхование. Перенос акцента с удовлетворения интересов субъекта

⁴⁵ Конституция Российской Федерации. – Ст. 7, п.1. – М.: Юридическая литература, 1994. – С. 85.

⁴⁶ Яницкий О.Н. Экологическое мышление эпохи «великого передела». – М.: РОССПЭН, 2008. – С. 167.

страхового рынка на удовлетворение интересов страхователя может быть осуществлен путём создания независимого органа, призванного урегулировать спорные вопросы, связанные с соблюдением справедливости и защиты прав потребителей страховых услуг.

Практика развития страхового рынка зарубежом показывает, что выделение государством наиболее значимых с социальной точки зрения видов страхования и принятие законодательных актов об обязательном государственном страховании является одним из распространенных способов вовлечения населения в пользование страховыми услугами. Диссертант утверждает, что обязательное страхование может быть мотивом интереса к пользованию страховыми услугами у населения только при наличии развитой инфраструктуры страхового рынка, достаточной информированности населения о страховых услугах и страховых компаниях, наличии эффективной системы страхового законодательства и государственного регулирования страховой отрасли, благоприятном налоговом режиме, а также механизмов защиты прав страхователей.

В **Заключении** подводятся итоги диссертационного исследования в виде обоснования новизны исследования и положений, выносимых на защиту.

ОСНОВНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Публикация в издании, рекомендованном ВАК Министерства науки и образования РФ:

1. *Шамсутдинова Л.Х.* Страховой дискурс как фактор управления потребительским поведением страхователей. – *Личность. Культура. Общество*, 2008, Том X, Выпуск 3-4 (42-43). – 0,7 п.л.

Другие публикации:

2. *Шамсутдинова Л.Х.* Роль и место потребности в страховании в структуре потребностей человека. – *Актуальные проблемы управления рисками и страхования. Труды IV международного заочного симпозиума*. М.: МИИР, 2006. – 0,5 п.л.

3. *Шамсутдинова Л.Х.* Жизнь, которая не продается: роль неэкономических факторов в страховании жизни. – *Страховое Дело*, 2006, № 12. – 0,5 п.л.

4. *Шамсутдинова Л.Х.* Роль государства в регулировании потребительского поведения страхователей в России. – *Социальные и культурные процессы в начале XXI века. Сборник научных работ. Выпуск 5.* – М.: Изд-во МГИМО-Университет, 2008. – 0,5 п.л.

5. *Шамсутдинова Л.Х.* Демографические переменные как фактор, формирующий профиль страхового рынка России. – *Социальные и культурные процессы в начале XXI века. Сборник научных работ. Выпуск 5.* – М.: Изд-во МГИМО-Университет, 2008. – 0,4 п.л.

Тираж 100 экз. Заказ № 26.

Издательство «МГИМО-Университет»
119454, Москва, пр. Вернадского, 76

Отпечатано в отделе оперативной полиграфии
и множительной техники МГИМО(У) МИД России
119218, Москва, ул. Новочеремухинская, 26